

0902 883 208

1.001

CÁCH GIỮ CHÂN KHÁCH HÀNG

Cuốn sách quý giá mà mỗi nhà doanh nghiệp cần trang bị cho mình



NHÀ XUẤT BẢN VĂN HÓA THÔNG TIN

**1001 CÁCH GIỮ CHÂN
KHÁCH HÀNG**

1001 CÁCH GIỮ CHÂN KHÁCH HÀNG

Cuốn sách quý giá mà mỗi nhà doanh nghiệp cần trang bị cho mình

NHẬT LY *Biên soạn*

NHÀ XUẤT BẢN VĂN HÓA - THÔNG TIN
Hà Nội - 2003

PHẦN 1

HÃY NÂNG CỐC CHÚC MỪNG CHO SỰ HỢP TÁC THÀNH CÔNG

*Sự kết hợp các ngành nghề trong lĩnh vực
kinh doanh khác nhau để thu hút khách hàng*

Kết hợp với ngành nghề khác tức là cung cấp hàng hóa và dịch vụ của bạn là cơ bản rồi cộng thêm hàng hóa và dịch vụ khác để tạo ra gói giá trị hàng hóa và dịch vụ cao hơn cho khách hàng đó là điều kiện tốt để khách hàng tìm đến bạn để mua hàng những lần sau, chỉ cần khách hàng vừa lòng với “gói hàng” đó, thì khoảng thời gian giữa bạn và khách hàng nhích lại gần hơn và họ sẽ trở thành khách hàng trung thành và hiệu quả cũng sẽ dần tăng lên.

Rất nhanh chóng, chúng ta đã phát hiện thấy tính khả quan của việc kết hợp sản phẩm của mình với các ngành nghề khác. Khả năng kết hợp đó có thể nói là vô tận, sự kết hợp với ngành nghề có thể rất thường thấy ở những hàng hóa và dịch vụ có

thuộc tính tương quan kết hợp lại với nhau. Ví dụ phần mềm kế toán và hóa đơn in sẵn. Nhưng đó cũng chưa phải là điển hình mà chỉ là phương án khả thi duy nhất. Bạn sẽ nhanh chóng thấy được hầu như bất kỳ hàng hóa nào cũng có thể kết hợp được (bạn có cảm thấy nghề chứng khoán và nghề du lịch hàng không thế nào không) để nâng cao sự hài lòng của khách hàng.

Sự kết hợp với các ngành nghề khác cực kỳ phong phú, có thể chỉ là một dịch vụ nhỏ bổ sung làm cho sản phẩm của bạn trở nên hoàn hảo, như là tấm thẻ tín dụng trong cửa hàng cũng lại là phiếu mua hàng qua bưu điện hoặc là cũng có thể quan hệ phưởng hội giữa lãnh đạo các xí nghiệp công ty khác nhau. Ví dụ công ty phát thẻ tín dụng và công ty hàng không có thể kết hợp với nhau, cung cấp cho người tiêu dùng sử dụng thẻ sẽ được hưởng ưu đãi một dặm trình bay nào đó chẳng hạn. Đồng thời sự liên minh của các ngành nghề khác nhau, không nhất thiết phải làm tăng giá thành. Không ai quy định bạn không được thu phí bổ sung cho những dịch vụ, sản phẩm này. Điều quan trọng là khi bạn bắt đầu tính toán phải ước lượng trước sẽ tăng thêm bao nhiêu để đưa vào sổ sách, kế toán. Nhưng trước hết, bạn phải đứng về phía khách hàng mà suy nghĩ: nên tăng giá dịch vụ như thế nào đây?

Tóm lại, mục tiêu cuối cùng của việc kết hợp các ngành nghề khác là “trăm tuổi đều đổ về sông có nghĩa là để cho khách hàng bỗng nhiên muốn mua một hàng hóa dịch vụ nào cũng đến.

Sau đây là một số mô hình kết hợp đặc trưng đã thành công rực rỡ

QUÁN ĂN ĐỒNG QUÊ CRACKER BARREL

Cracker Barrel là hệ thống gần 400 quán ăn ở trên hơn 30 bang của nước Mỹ. Dễ dàng nhận thấy là Cracker Barrel đã xây dựng thành công một mạng lưới phục vụ ăn uống cho lũ khách trên đường cao tốc.

Các cửa hàng của công ty có doanh thu hàng chục triệu đôla này thu hút khách hàng quay trở lại bằng việc bán những “cuốn sách nói”. Có hơn 200 đề mục sách để bạn chọn lựa. Bạn mua sách, nghe nó trên đường cho đỡ buồn. Khi nghe xong bạn có thể đem trả sách và lấy lại toàn bộ số tiền của mình đã bỏ ra, chỉ trừ có 3 đôla tiền “thuê sách”, tại bất cứ cửa hàng Cracker Barrel nào trên nước Mỹ.

CỬA HÀNG LIÊN DOANH PHỤ TÙNG Ô TÔ TRAK

Trak khởi nghiệp từ bang Maciland đã biết kết hợp những yêu cầu về thông tin tư liệu của khách hàng với khâu dịch vụ nên đã có được doanh thu

lên đến 300 triệu đô la. Các cửa hàng đều cho phép khách hàng sử dụng mạng Mitchell - One - Demand miễn phí, đây là một hệ thống thông tin vi tính chuyên nghiệp, chuyên cung cấp những kiến thức về sửa chữa ô tô và phụ tùng rất phong phú. Nếu khách hàng thích dùng máy tính, họ có thể đến cửa hàng để tham khảo sách miễn phí.

XUỞNG RỬA XE PARAMOUNT

Cuối cùng rồi khách hàng cũng sẽ trở lại xưởng rửa xe Paramount ở Los Angeles bởi tại đó họ được hưởng những ưu đãi rất thú vị. Khi chiếc xe đang được cọ rửa thì ông chủ của nó có thể nằm trên chiếc ghế matxa cao cấp mà thư thái hưởng thụ các kiểu matxa Nhật, matxa Thụy Điển trong 5 phút, mà chỉ phải trả có 75 cent.

CÔNG TY THIẾP CHÚC MỪNG NOTTING HAM HALLMARK

Mọi người đều biết, thiệp chúc mừng và quà tặng của công ty Notting ham Hallmark đa dạng về mẫu mã, rất thích hợp trong bất kỳ trường hợp nào. Gần đây, Notting ham Hallmark còn tiến thêm một bước nữa, không chỉ bán tem thư mà công ty còn kiêm luôn cả việc gửi và vận chuyển thư tín, bưu phẩm. Đây là sự kết hợp đơn giản nhưng rất hoàn chỉnh. Bạn chỉ cần mua thiệp và tem, sau đó cho vào

phong bì dán lại. Trước khi bạn bước chân ra khỏi cửa hàng thì ngay lập tức tấm thiệp của bạn có thể đang được gửi đi. Lại nói đến bưu điện ở một nơi nọ, hàng ngày phải xếp hàng rất đông, tạo thành một cảnh tượng khó chịu, thử nghĩ mà xem, việc phục vụ như vậy sẽ củng cố sự tin tưởng của người tiêu dùng như thế nào?

TRƯỜNG ĐUA DOVER DOWNS

Trường đua Dover Downs - một khu vui chơi giải trí nổi tiếng, nơi có trường đua ngựa đồng thời cũng là nơi đua xe. Để thu hút khách hàng ngày càng nhiều họ đưa ra rất nhiều ưu đãi. Chỉ cần gia nhập vào câu lạc bộ Dover Downs slots Capital Club, bạn sẽ được hưởng một số quyền lợi. Hội viên có cơ hội đạt được một số điểm. Sau đó dùng số điểm này để đổi lấy xe miễn phí, điều này có nghĩa là bạn sẽ tiết kiệm được một phần chi phí khi đi đến đây.

CÔNG TY PHẦN MỀM MICROSOFT

Công ty phần mềm máy tính hàng đầu thế giới Microsoft đã rất thành công trong việc kết hợp các gói giá trị sản phẩm khác nhau. Công ty này thành công đến mức khiến người ta phải tự nói rằng liệu công ty có dùng thủ đoạn hoặc có hành vi vi phạm pháp luật hay không? Họ kết hợp chương trình

Windows với phần mềm Internet Explorer, thu hút được sự chú ý, tranh luận của nhiều ngành khác nhau, một sản phẩm khác khiến người ta phải chú ý đến đó là chương trình Office. Trong bộ phần mềm này bao gồm các chương trình xử lý thông tin, dữ liệu, các bảng tính toán, kho tư liệu, trình bày báo cáo. Có thể nói đây là gói hàng “Đầy đủ các tính năng nhất cho người dùng”.

CÔNG TY PHẦN MỀM INTNIT

Một dạng liên doanh phổ biến của công nghệ phần mềm chính là ngay từ phần mềm đó, thêm trợ giúp kỹ thuật mà đang là nhu cầu bức thiết của khách hàng. Intnit đã lấy công ty nhỏ làm đối tượng kinh doanh. Họ đã sử dụng phần mềm Quick Books, thông qua mạng hỗ trợ làm việc Quick Books (Quick books Support Network) họ đã trở nên thành công và nổi tiếng, thu hút được nhiều khách hàng. Một năm chỉ cần bỏ ra 90 đô la là bạn có thể có được 5 lần nhân viên chuyên môn về Quick books phục vụ giải đáp qua điện thoại. Hơn thế, có thể tăng số lần giải đáp: một năm mất 189 đô la, đối với chương trình (Platinumpla), ngoài việc được hưởng 10 lần giải đáp, thêm một quyển sách hướng dẫn sử dụng và mua bất kỳ tài liệu nào về Quick - books cũng được giảm giá 10%.

HÃNG HÀNG KHÔNG QUỐC GIA MỸ

Khi mua cổ phiếu đã trở thành phong trào, hãng hàng không quốc gia Mỹ (American Airlines AA) đã nghĩ ra cách sử dụng việc giao dịch cổ phiếu để thu hút khách hàng. Tất cả những khách hàng đã đến trung tâm chứng khoán Bulland Beas để mua bán cổ phiếu đồng thời được hãng hàng không quốc gia Mỹ tặng một số dặm bay miễn phí. Chi tiết như sau: Khách hàng mở tài khoản ở Bulland Beas, tiến hành giao dịch cổ phiếu, trái phiếu có quyền lựa chọn giao dịch trong 5 lần đầu, mỗi lần giao dịch đều được 500 dặm bay miễn phí, sau đó mỗi lần giao dịch được 100 dặm, mỗi năm nhiều nhất có thể tích lũy lên đến 3500 dặm bay miễn phí.

XE HƠI GENERAL MOTOR

Ngành sản xuất xe hơi và công ty phát hành thẻ tín dụng cũng có thể có những mối quan hệ hợp tác tốt đẹp. Công ty sản xuất xe hơi hàng đầu thế giới General Motor đã đi đầu trong việc cho ra đời thẻ GM-Mater Card. Mỗi lần lãi 5% của khách hàng sẽ được cộng lại. Mỗi khi khách thuê hoặc mua xe mới của hãng sẽ được trừ vào số lãi đã tích lũy trước đó. Mỗi năm lãi cao nhất là 500 đô la, kéo dài liên tục trong 7 năm, nhiều nhất có thể dành được 3500 đô la. Việc này đối với người cần mua xe mới là khá hấp dẫn.

XE HƠI PORSCHE

Ở nước Đức, hãng xe hơi Porsche đã cùng với công ty thẻ tín dụng Master Card hợp tác để cho ra loại thẻ liên doanh Porsche. Khách hàng chỉ cần nộp 100 đôla một năm là có thể đỗ xe, rửa xe miễn phí tại bãi đỗ xe nằm trong sân bay. Đây là bãi đỗ xe của công ty cho thuê xe AVIS. Thêm vào đó khách hàng còn được hưởng nhiều ưu đãi khác như giữ trước phòng khách sạn, thuê xe, nhà hàng ăn uống, dụng cụ tập thể thao, chỗ ngồi trên máy bay, cùng với cứu hộ giao thông... Ngoài ra, người sử dụng thẻ nếu như sử dụng thẻ kết hợp dịch vụ của hãng hàng không Luffthansa Air Plus Visa sẽ được ưu tiên chỗ ngồi trên máy bay, hơn thế còn có thể tham gia câu lạc bộ thể dục thể thao trong sân bay miễn phí.

XE HƠI DAIMLER CHRYSLER

Hãng xe hơi Daimler Chrysler của Đức đã kết hợp với hãng xe Bens để cho ra đời sản phẩm thẻ liên doanh Bens. Người sử dụng thẻ có thể lựa chọn thẻ có đầy đủ chức năng của thẻ tín dụng. Ngoài ra, người sử dụng thẻ sẽ được hưởng nhiều ưu đãi khác như: hai tháng đọc tài liệu, sách báo miễn phí, vé ưu tiên xem phim, được mời tham gia vào các hoạt động đặc biệt của Bens đồng thời có được một số chương trình du lịch ưu đãi đặc biệt.

TIỆM GIẶT BRAI WASH

Sự kết hợp giữa các ngành nghề khác nhau đem lại hiệu quả như là chỉ đá ra vàng. Tiệm giặt quần áo thường là nơi chẳng có gì thú vị cả: Khắp nơi tràn ngập tiếng ầm ầm không ngớt của máy giặt, máy sấy. Vì vậy, dầu đầu óc linh hoạt, nhạy bén cũng sẽ trở nên trì trệ, mụ mẫm. Nhưng vẫn có một ngoại lệ. Đó là tiệm giặt Brai Wash ở Sanfrancisco, sau khi điều khiển máy giặt hoạt động, khách hàng có thể đi đến quán cà phê bên cạnh, gọi một tách cà phê và điểm tâm. Ngoài ra, còn được thưởng thức âm nhạc tại chỗ hoặc nghe bình thơ. Tiệm giặt Rock & Fold ở Chicago cũng không chịu bị coi là lạc hậu: ngoài việc lắp thêm tới 5 màn hình tivi còn tổ chức diễn tấu âm nhạc nhà thờ bằng đàn organ.

QUÁN RƯỢU ART BAR

Năm 1998, mặc dù Art Bar ở Philadenphia vừa thiết lập bằng việc liên kết giữa các quán bar, nhưng ngay lập tức nó đã trở thành tin nóng hổi được phát đi toàn nước Mỹ. Ngoài cách nghĩ truyền thống ông chủ David Simond còn đem đến cho giới nghệ sĩ một lựa chọn khác: giúp cho họ vừa có thể uống bia vừa có thể sáng tác. Để đạt được sự ủng hộ và tín nhiệm từ phía các nghệ sĩ, Art Bar còn

cung cấp người mẫu, tổ chức bình thơ, âm nhạc theo yêu cầu - trong khi bìa chỉ bán với giá 1,5 đôla một chai.

CÔNG TY MÁY TÍNH CUC (COLLEGE & UNIVERSITY COMPUTERS)

Dưới sự lũng loạn thị trường của công ty lớn như là công ty Dell Company, có lẽ bạn sẽ hiểu rằng những công ty nhỏ mang tính địa phương sẽ khó có chỗ đứng. Sự thực thì không hẳn như vậy, doanh nghiệp College & University Computers đã lọt vào danh sách 500 doanh nghiệp vừa và nhỏ có tốc độ tăng trưởng cao nhất. Họ cũng biết rõ rằng khách hàng mua máy tính thường cần đến sự chỉ dẫn vì vậy liền liên kết với trường Đại học Thomas Nelson thành lập một trung tâm huấn luyện ở cách cửa hàng chỉ vài bước chân. CUC cung cấp thiết bị và địa điểm còn nhà trường phụ trách phần giáo trình và giáo viên. Nội dung bao gồm phần mềm công nghệ mạng mới nhất. Hai bên cũng cùng nhau thiết lập giáo trình chung.

NGÂN HÀNG FIRST MARKET BANK OF VIRGINIA

Ngày nay việc liên minh liên kết giữa ngân hàng và siêu thị không còn là chuyện lạ nữa. Trong đại đa số các cửa hàng thực phẩm cũng thường thấy

có mặt chi nhánh của ngân hàng. Tuy nhiên, ngân hàng First Market Bank of Virginia của siêu thị Ukrop (Ukrop's Super Market) rõ ràng là không như vậy. Ngân hàng này ra đời hoàn toàn để tăng cường hoạt động dịch vụ của Ukrop: 51% cổ phần thuộc về siêu thị còn lại thuộc sở hữu của ngân hàng National Commerce Bancorporation - ngân hàng cũng phụ thuộc vào sự hợp tác kể trên. Đây thực sự là một sự kiện.

First Market Bank làm cách nào để thu hút nhiều khách hàng đến ngân hàng và mua bán ở siêu thị ở đây? Đó được gọi là phương án chia sẻ thị trường. Khách hàng chỉ cần bỏ ra 25 đôla ở Ukrop hoặc mở một tài khoản trung bình khoảng trên 100 đôla mỗi quý ở đó là có thể nhận được một “điểm” trong tài khoản của mình. Căn cứ vào điểm số để được hưởng chiết khấu khi mua hàng của siêu thị. Một năm có thể nhận được nhiều nhất là 200 đôla phiếu tặng quà miễn phí.

SIÊU THỊ UKROP

Siêu thị Ukrop còn có một chiêu “bắt” khách: trong cửa hàng có thêm một phòng y tế có dịch vụ kiểm tra sức khỏe và trị bệnh. Mỗi tháng một lần tổ chức chuẩn đoán bệnh cho khách hàng, bao gồm: đo huyết áp, kiểm tra bệnh tiểu đường, đo hàm lượng cholesterol và tiêm phòng cúm... Những

phần đó do sự hợp tác với cơ quan y tế địa phương cùng nhau thực hiện. Một số dịch vụ không miễn phí nhưng lệ phí tương đối rẻ.

HỆ THỐNG CỬA HÀNG GIẢM GIÁ TARGET

Hệ thống cửa hàng giảm giá Target đã sử dụng phương pháp tương đối hiệu quả, khéo léo mà độc đáo: tổ chức những “ngày thuốc” miễn phí, mời cư dân địa phương cùng tham gia. Gần đây một số dịch vụ được tổ chức bao gồm: liên quan đến bệnh tiểu đường, kiểm tra lượng cholesterol trong máu, đo huyết áp, kiểm tra thính lực, bên cạnh đó còn giới thiệu các chuyên gia chữa bệnh xương, thành lập dịch vụ nha khoa... những hoạt động này thường được tiến hành vào thứ bảy hàng tuần.

PHÒNG DƯỢC BERKELEY

Cũng như các doanh nghiệp thuốc vừa và nhỏ của Berkeley, nơi đây đều có dịch vụ chăm sóc sức khoẻ đơn giản, miễn phí. Trong đó có thiết lập một trung tâm bảo vệ sức khoẻ, đưa ra 5 chương trình kiểm tra sức khoẻ vì khách hàng như:

- + Kiểm tra mật độ xương (phòng loãng xương), thành phần mỡ.
- + Kiểm tra tổ chất của cơ thể (trắc nghiệm)
- + Kiểm tra lượng mỡ
- + Phân tích da mặt

PHÒNG KHÁM CHỈNH NẪN XƯƠNG DR. PATRICIA DEKERT

Phòng khám chỉnh nắn xương Dr. Patricia Dekert ở Alpine - California cũng nằm trong hệ thống khái niệm kể trên: sẽ tiến thêm một bước đưa hàng hóa vào mở rộng phạm vi phục vụ tri liệu. Họ tuyển thêm một chuyên gia “Tư vấn đời sống” , tư vấn cho bệnh nhân cách ăn uống, vận động và nâng cao đời sống tinh thần. Đồng thời cũng bán các loại thực phẩm sức khỏe như Vitamin, đồ ăn dinh dưỡng, dược phẩm có nguồn gốc tự nhiên v.v...

Lương của người đào tạo được trả từ nguồn bán các loại hàng hóa này chứ không hẳn là phải tăng vốn kinh doanh. Khi khách hàng đi mua thực phẩm bổ sung dinh dưỡng còn có thể có được những kinh nghiệm quý báu và bổ ích.

TIỆM BÁN THẢM SHAIA ORIENTAL RUGS

Cho dù bạn muốn mua thảm loại mới hay cổ thì Shaia Oriental Rugs cũng cung cấp dịch vụ làm sạch và bảo hành đạt được sự tin cậy cao, bền vững của khách hàng - tạo nên uy tín về tính chuyên nghiệp của cửa hàng, chính vì vậy khách hàng thường xuyên quay lại với cửa hàng.

CỬA HÀNG VĂN HÓA TỔNG HỢP MINI CYRANO'S

Doanh nghiệp Cyranos Bookstore, Café, Cinema & Off - Center Play House ở Anchorage - Los Angeles sẽ tự mình lập thành “cửa hàng văn hóa tổng hợp mini”. Phía bên trong cho xây dựng một nhà hát không vì mục đích kinh doanh. Nó chưa được khoảng 86 người là nơi diễn các loại kịch sân khấu trực tiếp. Ngoài ra, còn có hành lang dài dẫn đến một rạp chiếu phim loại nhỏ 44 chỗ ngồi chuyên trình chiếu các bộ phim nước ngoài ít được biết đến. Vào thời gian mùa hè Storrtellers Guild ở Anchorage cũng tổ chức diễn thuyết và đọc diễn văn ở đây...

CỬA HÀNG SÁCH BARNERS & NOBLE

Cửa hàng sách lớn nhất nước Mỹ Barners & Noble một năm doanh thu 2,8 tỷ đôla - chủ yếu từ loại siêu thị sách (superstores). Hình thức liên doanh liên kết cửa hàng từ đầu thập kỷ 90 thực sự đã làm thay đổi diện mạo kinh doanh. Chỉ trong vòng một đêm, cửa hàng đã bố trí sắp xếp lại chỗ đặt sách, tạp chí và cả nơi đặt đồ ăn, phòng cà phê, đồ uống, điểm tâm, đồ ngọt... Ngoài ra, những sản phẩm âm nhạc hiện hành cũng đặc biệt được giảm giá. Những dịch vụ khác cũng có ưu đãi - chính điều ấy đã thu hút được một lượng lớn khách hàng

ngay cả những khách hàng ít xem sách đến mua hàng.

CỬA HÀNG SÁCH FOLLETT

Follett gồm hơn 500 hiệu sách vườn trường cũng lấy trường đại học Illinois để thử nghiệm khái niệm loại hiệu sách cao cấp. Tại đây cung cấp dịch vụ lên mạng miễn phí, ấn phẩm có liên quan, âm nhạc, sách, phần mềm. Ngoài ra, còn có nhiều loại hình vận động chuyên môn, dạy thiết kế trang Web trên Cyberwal, dạy các loại mạch điện tử. Trung tâm của những dịch vụ đó phải kể đến một quán cà phê là nơi cung cấp món ăn ngon miệng đơn giản bao gồm cả nước hoa quả và bánh Sandwiches được đánh giá cao.

CỬA HÀNG SÁCH WILD RUMPUS

Tiếp theo, hoan nghênh bạn đến với triển lãm động vật: cửa hàng sách Wild Rumpus xây dựng một vườn thú nhỏ nơi đã thu hút rất nhiều thanh thiếu niên vừa đến tham quan vừa để mua sách.

CỬA HÀNG SÁCH INTERNET AMAZON

Khi cuộc chiến hạ giá sách mở ra cao trào mới thì sách lược của các công ty hàng đầu là liên doanh liên kết. Ban đầu trang Web Amazon.com chuyên

về sách nhưng không lâu sau lại tăng cường thêm các mặt hàng khác. Cửa hàng âm nhạc, tiệm ghi băng và tiếp theo là cửa hàng bưu thiếp - gần đây còn mở hội bán đấu giá trên mạng. Khi họ đã nhanh chóng đột phá đạt được 1 tỷ đôla lợi nhuận thì chưa biết họ tiếp tục thành lập cái gì.

THẺ DISCOVER

Mọi người đều biết rằng ngân hàng phát hành thẻ tín dụng. Tuy nhiên,... thẻ Discover lại thông qua công ty Green Wood Trits Company đem đến những dịch vụ ngân hàng tới người sử dụng thẻ. Cái mà gọi là tài khoản tiết kiệm của người gửi Discover (Discover Saved Discover) vô cùng tiện lợi khi mà có thể thanh toán được bằng máy tính tiền tự động và séc giao dịch. Hơn thế nữa căn cứ vào số tiền gửi nhiều hay ít mà phát hành lãi suất rất hấp dẫn. Ngoài những điều ấy ra, trong thời hạn 3 tháng đến 1 năm được hưởng mức lãi suất cố định cao hơn bình thường.

Discover cũng đã liên kết sau khi đã được thành tích đẩy mạnh “Shop Center” trên mạng. Những doanh nghiệp bán lẻ nổi tiếng của Mỹ như Eddie Bauer, Camelot Music, Hickory Farms hồ hởi lần lượt tham gia dịch vụ mạng, giống như Discover Direct, CBS Sportsline cũng đề xuất mua bán trực

tuyến. Không những nội dung sản phẩm được đổi mới thường xuyên mà còn có quà tặng thêm hoặc chiết khấu và Shop Center chỉ tiếp nhận Discover Card.

CỬA HÀNG VẬT CẢNH PESMART

Bạn có thể cho rằng thành lập một cửa hàng vật dụng cho vật nuôi lớn nhất toàn cầu là phải thật sự có được đủ sự tín nhiệm của khách hàng. Cửa hàng Petsmark ở bang Arizona không hẳn như vậy, cửa hàng đã nhanh nhạy thông qua hình thức kết hợp các loại hình kinh doanh, thành lập bệnh viện tư cho vật nuôi trong nhà. Ngày nay, hệ thống cửa hàng cao cấp của doanh nghiệp này đã đạt doanh thu 1,7 tỷ đôla. Khách hàng có thể xem qua 1200 loại vật dụng dùng cho vật nuôi trong nhà từ đó quyết định loại hình phục vụ thích hợp.

TRẠM TIẾP XĂNG EAST COAST

Đầu năm nay, những trạm tiếp xăng được đặt thêm giúp tiện lợi cho cửa hàng dường như không còn là lạ nữa, nhưng so sánh với trạm tiếp xăng East Coast thì tất cả các trạm tiếp xăng khác đều kém hơn nhiều. Loại trạm tiếp xăng này có tới 40 chi nhánh, trừ giá xăng dầu rẻ, ánh sáng rõ ràng, phòng nghỉ sạch sẽ, nhân viên ăn mặc

gọn gàng và có kỷ luật ra còn cung cấp những mặt hàng khác như cà-phê đậm đặc của Ytalia, áo T-Shirt, thiệp chúc mừng, hơn nữa còn có thể mua được đồ ăn của hiệu ăn nhanh liên hoàn nổi tiếng bao gồm Subway, Dunkin' Donuts, TCB' v.v... và nhiều hơn nữa.

TRẠM TIẾP XĂNG CHEVRON

Nếu cảm thấy đồ ăn nhanh còn chưa đủ thì hãy đến với trạm tiếp xăng Chevron của San Ramon, vì xu thế đi ăn ngoài ngày càng tăng lên nên gian trạm tiếp xăng này đã lắp đặt thêm một chợ thực phẩm loại nhỏ - Foodmini. Khách hàng khi tiếp xăng đồng thời có thể tiện mua đồ ăn tươi kiểu Mỹ cho gia đình như gà tây làm sẵn, về nhà chỉ đặt lên bàn thưởng thức.

CÔNG TY DẦU MỎ ORUA

Hướng tâm mắt về vùng Viễn Đông, có một ví dụ về sự liên kết lạ lùng giữa các nghề khác nhau: trạm tiếp xăng bán đồ trang sức, danh thiếp. Công ty dầu mỏ Oura của Nhật Bản có một câu lạc bộ mà hội viên là các khách thường-Five Up. Những tư liệu của hội viên được biểu hiện rõ ràng, sức mua của khách hàng Oura đối với những sản phẩm tiêu dùng nổi tiếng tương

đổi lớn nên Oura đã thành lập công ty mua hàng qua bưu điện, đồng thời còn phối hợp với những hoạt động tập trung của Five-Up, một mũi tên trúng hai đích - đồng thời tăng thêm sự trưởng thành nhiệm vụ của đôi bên.

NGÂN HÀNG WELLS FARGE

Sử dụng sách lược liên kết các ngành nghề không những giải quyết được phiền phức khi phải sử dụng thời gian quý giá của bữa trưa để đến ngân hàng làm việc mà còn thoả mãn nhu cầu dùng bữa của họ. Đối với Wells fargo, một vài bộ phận chỉ định đặc biệt sẽ xử lý công việc của ngân hàng. Bạn có thể nhấm nháp một ly cà phê Starbueks, ngoài ra thêm bữa điểm tâm Briazz, tiện đường bạn còn có thể mang y phục đến Presing Business để giặt. Trong ngân hàng mỗi cá nhân đều có thiết kế một quỹ chuyên dùng những nhãn hiệu thương mại này.

NGÂN HÀNG BANCO BRADESCO

Banco Bradesco là một ngân hàng lớn nhất của Ba Tư, nó hợp tác với một vài tập đoàn thương mại chủ yếu để thành lập cửa hàng mua bán trên mạng của mình là Bradesco Net. Chỉ cần có tài khoản trong ngân hàng này thì Bradesco Net sẽ trực tiếp

đưa khoản tiền tiêu dùng từ tài khoản của khách hàng chuyển đến nhà bán lẻ - ngoại trừ những người hay lo lắng đến độ an toàn khi mua hàng trên mạng. Ngoài ra, khách hàng cũng có thể nộp thuế qua mạng, hoặc phí sử dụng ô tô cho các đơn vị có liên quan đến chính quyền.

LIÊN KẾT ĐỂ CÙNG CUNG CẤP DỊCH VỤ

Những ví dụ trên cho thấy hợp tác là một biện pháp rất tốt để cung cấp dịch vụ tổng thể. The Quality Service Network là liên kết các công ty làm dịch vụ để phục vụ cộng đồng. Nó bao gồm Merry Maids (Công ty diệt cỏ), Service Master (Công ty sửa chữa bảo dưỡng nhà ở), Brinks Home Security (Công ty bảo vệ an toàn nhà ở), Furniture (Công ty đồ gia dụng) và Amerispec (Công ty kiểm tra phòng ở).

KÊNH TRUYỀN HÌNH DISCOVERY

Giải tần số Discovery của đài truyền hình cáp kết hợp với lý hành xã Rosenbluth dành cho những nhà thám hiểm thoải mái, khoan khoái nằm trên Salon nhà khách mà thưởng thức các chương trình họ phát ra, cung cấp những cơ hội để mình thám hiểm. Cho đến nay các chương trình của Discovery lập thành danh sách có 14 loại khác nhau, ứng

với mỗi loại lữ trình bao gồm đi Alaska, đảo Galapagos, Trung Quốc đại học, Ai Cập... và các điểm khác.

HỌC VIỆN SMITH SONIAN

Học viện Smith Sonian (The Smith Sonian Institution) là bảo tàng của nước Mỹ và cũng là nơi nổi tiếng mà bất cứ ai đến du lịch ở Hoa Kỳ cũng đều tham quan. Nhưng đa số các khách thăm đều không ở được lâu, cho nên không trở thành khách thường xuyên. Đúng như thế đấy!

Hãy xem họ đưa ra một phương án kết hợp rất hấp dẫn, ngay cả đến những khách thăm viếng vốn không có ý định đi thăm nhà bảo tàng của họ, cũng sợ rằng khó có thể từ chối. Gia nhập Smith Sonian's Associate Membership đóng phí hàng năm chỉ có 24 đôla, hội viên có thể được tạp chí "Smith" một năm (thông thường tiền đặt tạp chí mỗi năm cũng tương đương tiền hội phí) và có thể được hưởng chiết khấu mua thương phẩm qua bưu điện hoặc các cửa hàng gia tăng của họ. Thực tế, chẳng có cách gì đến du lịch Hoa Kỳ một lần phải không? Không vấn đề gì. Smith còn đưa ra phương án du lịch toàn cầu dành riêng cho hội viên bao gồm vé tham quan miễn phí nhà bảo tàng Coope - Hewitt ở thành phố New York. Ngoài ra, để động

viên khách đến tham quan còn có “hoạt động ưu đãi cuối tuần của Hoa Kỳ” bao gồm hai đêm ngủ lại, ăn uống, một buổi cinema IMAX, tham quan cảnh thực sau màn của “Thành bảo” Smith, kể cả hai quyền hướng dẫn du lịch.

TRUNG TÂM NGHỆ THUẬT HIỆN ĐẠI VIRGINIA

Không nhất thiết phải là cơ cấu văn hóa nổi tiếng toàn cầu thì mới có biện pháp thiết lập một liên minh có chất lượng tốt như thế. Trung tâm nghệ thuật hiện đại Virginia (CAC) cũng như vậy đã thu hút được sự hưởng ứng và ủng hộ một cách khả quan. Một năm nộp 20 đôla hội phí có thể thu được lợi (trong rất nhiều điểm tốt) xem biểu diễn, tập san thông tấn cả năm không mất tiền, được hưởng chiêu đãi dành riêng cho hội viên và cả chiết khấu đặc biệt một giáo trình nghệ thuật. Hơn nữa gia nhập cơ cấp phí doanh lợi này, phí hàng năm đã nộp còn được giảm thuế nữa đấy!

CÔNG TY BẤT ĐỘNG SẢN COLDWELL BANKER JO H DOUGLAS

Nếu như trang hoàng văn phòng công ty bất động sản thành một trung tâm chiêu đãi của khách sạn thông thường thì bạn có thể kê đầu cao để thư giãn, không cần tính toán xem làm thế nào để nắm

chắc được chủ mua và chủ bán công ty bất động sản Coldwell Banker Joh Douglas nằm ở thành phố Mision Viego bang Jra đã lập được một trung tâm tiếp đãi như vậy, cung cấp hơn 150 hạng mục dịch vụ từ thợ khóa đến nghệ thuật phong thủy Á Châu tương quan với sinh hoạt gia đình. Khách hàng của công ty có thể được miễn phí đến với những dịch vụ này, rất nhiều công ty do họ tiến cử cũng đều cung cấp những ưu đãi đặc biệt cho khách hàng của công ty này.

CÔNG TY BẤT ĐỘNG SẢN H.E.R.

Công ty bất động sản H.E.R thành phố Columbia bang Ohio cũng cung cấp một hạng mục có tính chất tương tự như thế lấy tên là dịch vụ HOME link. Khách hàng của H.E.R. chỉ cần gọi điện thoại tới, HOME link sẽ giúp đỡ chuyển tới các loại đơn vị dịch vụ có liên quan, để ngay sau khi khách hàng mua bán xong nhà ở, họ sẽ dọn dẹp trang hoàng như ý. Hạng mục phục vụ chu đáo từng tí này bao gồm hòa mạng, truyền hình cáp, ống gas, đường điện, phòng chống cháy, đặt báo, thu hồi nguyên vật liệu... Khi nhà ở ổn định HOME link vẫn còn tiếp tục cung cấp về những mặt khác như tin tức ưu đãi của các thương gia, bao gồm các siêu thị, ngoại vi công trình... Mọi khoản dịch vụ đều là hỗ trợ miễn phí, không thu bất kỳ khoản ngoại ngạch nào.

THỜI BÁO LIQIMENG

Ở đây có một ví dụ về liên minh báo chí thật tuyệt diệu “Thời báo Liqimeng” (Richmond - Times Dispatch) thông qua Pres Pass Membership club đưa dịch vụ, thương phẩm do hãng quảng cáo cung cấp đến cho người đặt hàng. Người đặt hàng chỉ cần lấy ra thẻ hội viên miễn phí, đến hơn 400 cửa hàng trong khu vực đều có thể được hưởng chiết khấu đặc biệt hoặc hàng mẫu miễn phí, kể cả dịch vụ ngoại ngạch.

HIỆP HỘI Ô TÔ TOÀN MỸ

Hiệp hội ô tô toàn Mỹ (Automobile Association of American) có thể gọi là một cây nêu của liên minh các ngành nghề. Gần đây, họ đặc biệt nhấn mạnh các danh hiệu viết tắt AAA nổi tiếng từ trước tới nay, hy vọng khách hàng chỉ vừa nghĩ tới nó, liên tưởng đến không chỉ là những con đường cứu viện khẩn cấp mới bắt đầu mà còn mang tính phục vụ toàn diện ở khắp nơi trong cả nước. Công ty này cung cấp các dịch vụ kéo dài theo yêu cầu của khách hàng: biển báo Triptiks, bản đồ miễn phí cho khách hàng từ “lượng sức mà làm” hướng dẫn du lịch miễn phí, phiếu chi lữ hành liên thông nước Mỹ miễn phí. Sau đó, AAA còn đưa vào rất nhiều hạng mục dịch vụ. Bạn có thể được chiết khấu giá tham

quan các di tích lịch sử trong vùng đoàn du lịch, hội viên còn có thể vào lạc viên của Anhense - Busch (Anhense - Busch là hãng lớn nhất nước Mỹ: khi ô tô cần thay dầu chỉ cần đến trạm bơm dầu Jiffi Lahe, có thể được hưởng ưu đãi).

Con đường liên minh của AAA càng đi càng thấy rộng ra, cái vôi của nó vươn dài đáp ứng nhu cầu hàng ngày của hội viên. Hiện nay hội viên có thể được hưởng các hạng mục thương phẩm với chiết khấu ưu đãi, cực kỳ phong phú, trang phục chính thức, dịch vụ điện thoại, kiểm tra thiết bị, nhà ở và còn nhiều thứ: ô tô, tài khoản học sinh, nhà ở, kể cả đầu tư công cụ quản lý tài sản - két bạc, tiền vốn thị trường tiền tệ - lãi suất ưu đãi.

CÔNG TY ĐIỆN TÍN SPRINT

Trong các dịch vụ đồng hồ Dageda của Sprint cũng đã đưa vào dịch vụ cứu viện trên đường. Gia nhập vào Sprint PCS Road Side Rescue mỗi tháng phải trả 2.99 đôla, một khi cần cứu viện khẩn cấp chỉ cần gọi điện thoại miễn trả tiền của họ hoặc trực tiếp sử dụng Dageda cầm tay, ấn phím “#ROAR” là được.

LIÊN THÔNG MỸ QUỐC! (AMERICAN EXPRESS)

Nói đến việc liên kết với ngành nghề khác, công ty thẻ tín dụng xứng đáng là số một. Trên thực tế,

rất nhiều phương án liên minh rồi sau đó đều phát triển thành thương phẩm mới của họ: liên thông Mỹ quốc (American Express) đưa ra thẻ Gold Corporate nhằm vào những xí nghiệp cỡ vừa và nhỏ. Chỉ cần sau khi nộp phí 55 USD, bạn sẽ có thể nhận được đầy đủ thông tin dịch vụ, bất kỳ là đến Mobil thay đổ xăng dầu, đến xem phim ở kinko's hoặc gửi bưu kiện vận chuyển giao nhanh "Fed Ex" liên bang đều có được chiết khấu ưu đãi. Ngoài ra, đi du lịch đến Hertz thuê xe cũng được khấu trừ (cũng có thể được miễn phí trở thành hội viên Club Gold số 1 của Hertz) đến nghỉ tại khách sạn Hilton vậy. Sau đó còn thêm bảo đảm du lịch bằng ô tô 10 vạn đôla, kể cả xoa thẻ mua hàng, miễn phí phục vụ gia hạn bảo hiểm. Liên minh với ngành nghề khác của liên minh Mỹ quốc thực sự đã khiến người ta khó cưỡng lại.

Liên thông Mỹ quốc cũng không quên những cửa hàng đã ký giao ước tiếp nhận thẻ tín dụng. Gần đây, công ty có thành tích nghiệp vụ 180 triệu đôla này đã để cho các công ty ký giao ước được hưởng hoa hồng bằng hai phần của một năm điện thoại đường dài MCI - ngay cả công ty chấp bút cũng nằm trong đó.

Sự ưu đãi của thẻ tín dụng không chỉ dừng lại ở đó. Dự án liên lạc của liên thông Mỹ quốc vừa mới

kết hợp với nghiệp vụ điện thoại, căn cứ vào thẻ điện thoại người chủ có thể được hưởng một loại dịch vụ kèm theo bao gồm: hòm thư ngữ âm, hội nghị liên tuyến điện thoại, tính hiệu tốc độ nhanh...

Đặc điểm của dự án này là ngoài ưu đãi chiết khấu điện thoại đường dài làm rung động lòng người, hội viên cứ gọi 1 đôla được 6 điểm, dư nợ điện thoại ghi vào tiêu dùng của thẻ tín dụng, phí dụng của thẻ còn được bù trừ giảm đi.

Hiện nay, họ còn tiến vào lĩnh vực trường học thông tin của hội viên liên thông Mỹ quốc đề ra phương án cho vay tiền đi học và gọi là PLUS, nhằm vào khoản cho vay liên bang của học sinh bộ đại học, tất cả các chi phí phức tạp của học sinh sau khi khấu trừ các loại tài trợ khác đều có thể thông qua phương án cho vay này, lãi suất tối đa không vượt quá 90%.

THẺ TÍN DỤNG

Sự liên minh với các ngành nghề khác không nhất định phải duy trì vĩnh viễn. Công ty thẻ vạn sự như ý (Merter Card - International) năm 1998 nhằm vào những ngày nghỉ cho ra đời phương án xúc tiến tiêu thụ thẻ tiết kiệm kỳ nghỉ (Holiday Savings Card) lúc đó người tiêu dùng phản ứng tương đối kịch liệt. Hợp tác tham gia phương án

này có đến mười mấy cửa hàng bán lẻ nổi tiếng như Gateway 2000, J.C. Penny, Sam Goody, The Nature, Company, KBDis... Nếu bạn đi dạo đến lúc thấy đói có thể đến chỗ khách “ăn một bữa cơm ưu đãi”. Đạt được những phương thức chiết khấu này rất đơn giản: Chỉ cần sử dụng thẻ tín dụng khi tiêu dùng xoa thẻ là được.

CÂU LẠC BỘ HỘI VIÊN SAM'S

Câu lạc bộ hội viên Sam's của bách hóa Wal-Mast cũng làm theo yêu cầu của người tiêu dùng: cho ra một ví dụ điển hình về cơ sở kết hợp với ngành nghề khác câu lạc bộ này đã lấy việc nộp phí nhiều hay ít để giải quyết định mức đãi ngộ cao hay thấp, vì thế đã có một thời gian dài không ngừng thu hút được khách hàng và nó cũng không ngừng tăng các hạng mục chiết khấu mới. Ví dụ khác: câu lạc bộ đã hợp tác với điện tín đường dài toàn quốc TTI mỗi tháng hội viên nộp một đô la,, thì được hưởng mức phí điện thoại trong nước thấp nhất mỗi phút 9,5 cent. Mà nếu ký hợp đồng gia nhập thì lập tức sẽ được miễn phí điện thoại 100 phút. Bạn có muốn lên mạng không? Họ đã hợp tác với Earth Link Network, hội viên mỗi tháng nộp 17,95 đôla. Có thể lên mạng không hạn chế, bạn còn có thể giảm phí đăng ký lần đầu. Bạn có

nhu cầu đi công chuyện hoặc đi du lịch trong kỳ nghỉ không? Hãy gọi một cú điện thoại cho trung tâm dịch vụ du lịch của câu lạc bộ khách hàng đến bất kỳ khách sạn nào ở Ramada, nghỉ lại đều được ưu đãi chiết khấu và còn có thể thuê xe của công ty National Car Rental có chiết khấu giá thuê.

Sự kết hợp của họ không chỉ có thế mà thôi. Thông qua phương án ô tô hội viên Club Auto. Bạn đến hãng xe “hiệp lực” mua xe, bất kể là cũ hay mới có thể được hưởng giá ưu đãi làm cho bạn phải vừa lòng. Ngoài ra, họ còn thiết kế ra tấm thẻ chuyên dành cho các nhân sĩ của xí nghiệp, cung cấp bảo hiểm y tế, sức khỏe ngoại ngạch, từ việc cấp thuốc theo đơn đến việc trị liệu thân thể, tất cả họ đều chịu trách nhiệm.

CÔNG TY COSTCO

Công ty Costco khởi nghiệp tại Isaquah bang Washington và cửa hàng bán buôn Price Club là hai cửa hàng liên doanh chặt chẽ với nhau và cùng gia nhập ngành bất động sản. Costco đã thành lập một mạng lưới quản lý nhà cho thuê và môi giới bất động sản. Những người làm nghề này tự nguyện đem tiền hoa hồng giao cho khách hàng do Costco Price Club giới thiệu. Còn hội viên nếu sử dụng người làm nghề này do Costco Price Club

tiền cử cũng sẽ nhận được một khoản hoa lợi bằng tiền mặt.

TẠP CHÍ “NGƯỜI NEW YORK”

Chuyên mục hoạt động của tạp chí “Người New York” là một sự kết hợp tuyệt vời giữa chủ quảng cáo và độc giả. Đó là một khu vực quảng cáo có quy hoạch đặc biệt, các hoạt động xúc tiến tiêu thụ và chiết khấu của tất cả các hạng mục đã đưa ra được áp dụng cho mọi độc giả. Thời gian gần đây nội dung của nó bao gồm: với ưu đãi xem ca vũ kịch “Bách lão hội”; một suất du lịch trọn gói của Americal Express thiết kế dành cho các lữ khách muốn du ngoạn Los Angeles và còn có một cuộc đua tài cho nhà máy rượu Jack Daniel’ s tài trợ nữa đấy!

CÔNG TY HÀNG KHÔNG U.S. AIRWAYS

Liên minh với đối thủ cạnh tranh. Chủ trương này mới nghe ra thì thật là điên rồ. Những người trong đầu còn lơ mơ chưa rõ ràng là những người bài xích ra trò cách suy nghĩ này. Cuối cùng thì sự thật đã được chứng minh. Mới đây U.S. đã bắt đầu hợp tác với hãng hàng không Mỹ quốc AA. (American Airlines). Tất cả các khách hàng thường xuyên đã có một số dặm trình tích lũy được ở công ty U.S.

đều có thể sử dụng được ở công ty AA và đương nhiên là ngược lại.

Như vậy để tính tổng số dặm trình khách hàng sẽ có được càng nhanh số dặm trình tích lũy, đến một mức độ nào đó khách hàng có thể đáp tuyến hàng không song phương tùy theo ý nguyện. Với việc tiếp tục duy trì và tăng thêm số dặm trình của khách hàng làm cho cả hai công ty đều được hưởng lợi trong việc giao lưu buôn bán của mình.

PHẦN 2

HÃY THẢ MIẾNG MỒI TO ĐỂ CÂU CON CÁ LỚN

*Chọn dùng thủ pháp khuyến mại
để kích thích tiêu thụ*

Từ xưa đến nay, bất kể một người như thế nào, dù giàu hay nghèo đều hấp dẫn bởi giá cả ưu đãi đặc biệt của hàng hóa. Điều đó có nghĩa là gì vậy?

Chỉ cần có người bán hàng thì nhất định sẽ có những hoạt động khuyến mại.

Khuyến mại là một trong những biện pháp lôi cuốn khách hàng đến với một sản phẩm nào đó. Trên thực tế, thu hút khách hàng là một vấn đề rất quan trọng, là một nghệ thuật đòi hỏi phải có sự kết hợp nhiều biện pháp khéo léo, uyển chuyển “thiên biến vạn hóa”. Ở đây, chỉ đưa ra sáu loại hình khuyến mại thường gặp nhất. Đó là:

1. Quà tặng.
2. Tăng giá trị hoa hồng dành cho khách hàng.
3. Giảm giá và chiết khấu.

4. Khuyến mại.

5. Giá ưu đãi đặc biệt.

6. Đặt ra nhiều giải thưởng hấp dẫn.

Theo sự quan sát các loại hình cạnh tranh thì cổ vũ và kích thích sức mua không nhất thiết phải bỏ ra nhiều tiền là được. Ví dụ như phương thức giải thưởng rất thành công, mà giải thưởng chỉ là một đồ chơi nhỏ với giá 6,99 USD. Trong thực tế, có thể bạn đã đưa ra những giá ưu đãi đặc biệt với một số khách hàng, nhưng lại không nhận được kết quả như mong đợi. Bạn đừng lo lắng bởi vì chính sự tuyên truyền của những người này sẽ là sự quảng cáo tốt nhất cho mặt hàng của bạn.

- Nguyên tắc cơ bản của phương pháp này là: khách hàng phải cảm thấy mặt hàng này có giá trị thì mới có hiệu quả. Vì vậy, khi bạn đang muốn tung ra thị trường một mặt hàng mới, bạn nhất định phải đặt mình vào vị trí của khách hàng.

Có một vấn đề nhất thiết phải nhắc nhở là, biện pháp này có một điểm yếu: mặt hàng của bạn sử dụng rất phức tạp, khách hàng không muốn mua hàng của bạn theo đúng giá. Khi đó, bạn nên lấy mình làm ví dụ là tốt nhất. Bạn hiểu là sẽ phải tổ chức ngay một kì khuyến mại trong thời gian tới. Vậy bạn sẽ phải làm gì? Tạm thời án binh bất động, đi điều tra xem cái gì rẻ hơn hàng

của bạn?

Ngoài ra, nếu sử dụng không đúng phương pháp kích thích sức mua của khách sẽ ảnh hưởng xấu đến lợi nhuận kinh doanh. Xem xét nền công nghiệp hàng không của những năm 80, chỉ cần một hãng đưa ra giá cả ưu đãi, thì đối thủ sẽ giảm giá thấp hơn. Chỉ trong một thời gian ngắn giá cả đã xuống rất thấp, thậm chí có nguy cơ diệt vong. Hậu quả dẫn đến lỗ vốn, gây khủng hoảng nghiêm trọng.

Chúng ta hãy tìm hiểu một chút các cách thức thưởng của vài hãng dưới đây.

HÃNG MACDOLAN VÀ CÁC CỬA HÀNG CỦA HÃNG

Năm 1998 khách hàng của Macdolan đã phải xếp hàng dài để chờ mua “Happy Meak”. Đặc biệt khi hãng này tung ra thị trường loại búp bê bé trai đỏ rực (cùng cặp với búp bê bé gái của công ty), khách hàng dường như tranh nhau mua. “Happy Meak” tiêu thụ nhanh một cách ngạc nhiên. Còn những khách hàng mua được lấy đó làm niềm hạnh phúc lớn của mình. Do vậy, họ đã đạt được thành công rực rỡ. Năm 1999 hãng này áp dụng lại biện pháp đó và cũng vẫn thành công.

CỬA HÀNG LIÊN DOANH PHỤ TÙNG Ô TÔ TRAK

Gần đây còn có một ví dụ rất rõ về việc kích thích

khách hàng nhằm vào một số khách hàng thích mua những hãng chính hiệu. Cửa hàng liên doanh phụ tùng ô tô Trak tổ chức một điểm đưa xe đặc biệt miễn phí: Đêm thứ năm rực lửa. Nếu bạn không đeo cavat màu đen trong đêm đó cũng không có vấn đề gì.

MỸ PHẨM ESTEE LANDE .

Chúng ta hãy xem những nhà buôn mỹ phẩm, tăng doanh thu của họ bằng cách tặng quà để kích thích thành tích nghiệp vụ. Công ty Estee lande có thể coi là thành công nhất trong lĩnh vực này. Thị trường đồ mỹ phẩm dành cho toàn nước Mỹ trong đó Estee lande có thị phần chiếm khoảng 45% cứ lấy clinique dưới thương hiệu của nó để tặng quà cho làn da nhạy cảm nhằm tăng doanh số bán hàng. Một ví dụ khác là công ty bách hóa Hechit's gần đây đã đưa ra biện pháp hai bên cùng có lợi. Lượng hàng mua nếu vượt quá 16,5 đô la thì có thể được tặng một túi quà, trong túi quà có son môi, sữa rửa mặt, kem dưỡng da, phấn, bàn chải; còn nếu 35 đô la sẽ có thể nhận được một túi xách tay và kèm theo chiếc gương trang điểm. Không chỉ người tiêu dùng cảm thấy là vật vô giá mà clinique cũng được dịp thuận lợi giới thiệu rộng rãi rất nhiều sản phẩm mới của mình.

CỬA HÀNG MỸ PHẨM SHU CLEMURA

Shu Clemura là cửa hàng đồ Mỹ phẩm cao cấp có tiếng trong khu vực thành phố New York. Trong cửa hàng này có đặt nhiều bồn rửa mặt để đẩy mạnh tiêu thụ các loại kem có hàm lượng muối silic và sữa rửa mặt. Thủ pháp của họ là mời quý khách rửa mặt sau đó thoải mái dùng thử các loại sản phẩm. Cuối cùng họ sẽ giúp quý khách trang điểm hoàn hảo miễn phí đương nhiên những sản phẩm được dùng đó là trong cửa hàng.

CÔNG TY VỆ SINH NỘI THẤT MERY MAIDS

Có đôi khi quà tặng cũng rất đơn giản miễn là để cho khách hàng biết được là bạn thành tâm coi trọng họ. Cửa hàng liên doanh vệ sinh nội thất đứng hàng đầu trên toàn nước Mỹ: Mery Maids, biết rất rõ là khứu giác cũng cảm nhận được sự sạch sẽ, cho nên sau mỗi lần phục vụ họ không bao giờ quên phun một chút nước thơm trong phòng, và tặng lại chủ nhà một lọ nước thơm và sau đó nếu dùng hết nước thơm còn có thể được bổ sung miễn phí.

CÔNG TY CHÁO (CAMPBELL SOUP COMPANY)

Món quà tặng này của công ty cháo Campbell, đã làm cho những người tiêu dùng có hiểu biết về

máy tính điện tử không thể không động lòng. Cứ gửi về 10 cái nhãn hàng của thương phẩm cộng thêm phí vận chuyển 1,5 đô la thì sẽ nhận được 4 loại đĩa phần mềm miễn phí. Để được 10 nhãn hàng đó thì người tiêu dùng đã phải bỏ ra khoản tiền khoảng 100 đô la mua hàng hoá mới có được. Mỗi một phần mềm chỉ thích hợp với một lứa tuổi, từ 1 tuổi đến trưởng thành, nói một cách khác là cả nhà đều được hưởng món quà tặng này.

CÔNG TY THỰC PHẨM GRAND METROPOLITAN

Công ty thực phẩm Grand Metropolitan ở Luân Đôn vì mục đích làm cho khách hàng thêm một lòng một dạ với kem cốt Haogen - Dazs gần đây đã cho ra đời một hoạt động gọi là “hệ chiếu”. Nếu người tiêu dùng gửi về 4 cái nhãn hàng của thương phẩm lấy trong một thùng hàng đó, chính là “hệ chiếu” đặc biệt được chỉ định trên thùng hàng thì sẽ nhận được một giấy chứng nhận do công ty gửi tới, khách có thể dùng giấy này đổi miễn phí lấy một hộp kem cốt, nhất phẩm. Ngoài ra còn một khoản hoa lợi kèm theo là tham gia rút thăm có thưởng. Phần thưởng là một chuyến du lịch trọn gói trị giá 3000 đôla, hành trình tự chọn.

CÔNG TY TRANG PHỤC TOM MY HILFIGER

Công ty phục trang Tom my hilfiger của Hồng Kông, doanh thu hàng năm gần tới 850 triệu đôla, chủ yếu là từ tiêu thụ phục trang nam giới do một kỹ sư nổi tiếng thiết kế. Kể cả thu nhập bản quyền thương hiệu. Tháng 4 năm 1999 họ đã tổ chức cắt tóc tạo hình nam giới tại một quầy thiết kế chuyên dùng của công ty bách hóa, chỗ này gọi là hoạt động của “một phần đặc sắc” (Clip seenes) lại còn tặng miễn phí phim ảnh in lại và chiêu đãi bóng ngô. Thành công nhất là việc cắt tóc nam giới, rất lôi cuốn hấp dẫn khách hàng.

HÃNG MỸ PHẨM ERMO LASELO

Ermo Laselo cũng đã vận dụng những thủ pháp tương tự trên thị trường mỹ phẩm hàng cao cấp họ cử người đến các quầy chuyên dùng đặt ở các công ty bách hóa cung cấp các dịch vụ massage mặt, sấy uốn tóc miễn phí cho khách hàng và trang điểm cho một số khách hàng đặc biệt, phục vụ trọn gói không lấy một xu, còn khách thì không có nghĩa vụ mua bất kỳ một sản phẩm nào.

TRUNG TÂM MUA BÁN COLISEUM

Vào mùa lễ tết lôi cuốn người tiêu dùng đến các cửa hàng mua bán không phải là khó, từ tháng 1

là đã bắt đầu vào mùa. Trung tâm mua bán Coliseum ở thành phố Hampton bang Virginia, thì ngược lại có “khoản quà tặng của trung tâm mua bán” khá cao vào tháng cuối năm. Người tiêu dùng đến trung tâm mua bán này vào 4 ngày được chỉ định trong tháng 12, cứ mua đủ 150 đôla có thể nhận được một khoản lễ vật trị giá 10 đôla. Việc này từ trước tới nay cũng chẳng phải kỳ lạ gì, chỗ duy nhất khác với những nơi khác là thời hạn khuyến mại diễn ra trước ngày 15 tháng 1, đó chính là thời gian ảm đạm nhất của doanh thu nói chung.

TRUNG TÂM MUA BÁN THE AVENUE AT TOWER CITY

Trung tâm mua bán nằm trong trung tâm thành phố, thông thường phải đối mặt với hai vấn đề khó khăn cần phải giải quyết. Một là vào cuối tuần người tiêu dùng thường hay ra phía ngoại thành; hai là phí gửi xe trong trung tâm đó quá đắt. Trước tình trạng khó xử như vậy The Avenue at Tower city center của chifland bang Ohio đã nghĩ ra cách giải quyết như sau: Hàng năm họ gửi cho khách hàng giữ xe cuối tuần miễn phí. Không những thế họ còn tổ chức rất nhiều hoạt động như: đoàn vũ balê shenha's/ clifland/nổi tiếng khắp xa gần biểu diễn tại trung tâm hoặc ông già Noen mà các bạn

nhỏ yêu thích. Ngoài ra, thương phẩm mua tại đây đều được phục vụ đóng góp miễn phí.

CỬA HÀNG ĐĨA HÁT MUSIC FOR A SING

Vào khoảng giáng sinh năm 1998 cửa hàng liên doanh chiết khấu đĩa hát Music for a sing đã khuyến mại đĩa CD âm nhạc giáng sinh để lôi cuốn người tiêu dùng đến cửa hàng của họ. Khách hàng chỉ cần cầm hóa đơn mua hàng trong ngày tại 85 quầy hàng của họ trong trung tâm mua bán prime outlets, nếu tổng giá mua hàng vượt quá 200 đôla thì có thể cửa hàng Music for a sing đổi đĩa nhạc giáng sinh CD miễn phí. Vì vậy người tiêu dùng sẽ chọn cách đến trung tâm này mua hàng đồng thời họ cũng có thể mua được nhiều thương phẩm khác của Music for a sing.

NÔNG TRƯỜNG PERDUE

Còn đây là một thủ pháp khá cao siêu: cắt phần có ghi địa chỉ đăng trên quảng cáo của họ cùng gửi về với hóa đơn mua thịt gà do họ chế biến bạn sẽ nhận được một bản “hệ chiếu Perdue” miễn phí. Trong đó ngoài tờ chiết khấu một số hạng mục đặt hàng đặc biệt còn có cả món quà tuyệt vời là tập sách giới thiệu cách làm món ăn trên toàn thế giới tất cả những cái này chỉ cần yêu cầu bạn hãy trả lời đúng - thương hiệu.

QUÁN RƯỢU CLIRISTO PHER' S TAVERN

Quán rượu Cliristo pher's Tavern được đặt trong một khách sạn ở William sbur. Khi đến mùa vụ của khách sạn thì quán rượu rất náo nhiệt, sôi động, điều này chẳng nghi ngờ gì nữa nhưng đến mùa vắng khách hoặc ban đêm ít người qua lại thì vẫn nhộn nhịp khách. Vào các ngày thứ 3 hàng tuần từ 5h 30 đến 6h 30 họ mời miễn phí cho khách hàng 1 ly trứng tôm.

CỬA HÀNG LIÊN DOANH BÁNH PIZZA LITTLE CACSARS

“Chớ quên nhé! pizza pizza!”. Đây là biểu ngữ quảng cáo của cửa hàng liên doanh bánh pizza pizza cacsars.

Little Cacsars khởi nghiệp tại Little do áp dụng thành công sách lược cạnh tranh về giá cả “gọi một được hai” đã nhanh chóng trở thành cửa hàng liên doanh pizza lớn thứ 3 toàn nước Mỹ. Kỷ niệm cửa hàng tròn 40 tuổi, khách hàng mua bất kỳ một suất pizza nào sẽ được miễn phí suất thứ hai và còn tặng kèm thêm một tờ ưu đãi có thể dùng cho lần khác đến ăn được thêm bánh ngọt.

NHÀ ĂN WHITE HA LF

Nhà ăn White half ở Leidalh còn có thêm các tiết mục vui chơi cũng đã đạt được hiệu quả như

vậy. Mỗi tuần 1 ngày tổ chức ngay tại nhà ăn cho khách hàng nào muốn khiêu vũ.

CỬA HÀNG LIÊN DOANH BÁN LẺ MÁY TÍNH ĐIỆN TỬ COMP USA

Phương án mua một tặng một của cửa hàng liên doanh bán lẻ máy tính điện tử comp USA ở Talas chính là biện pháp thu hút khách hàng mua phần mềm học tập quay trở lại, cho dù phần mềm có thay mới thì người dùng cũng không cần phải suy nghĩ gì. Gần đây, nếu khách hàng nào tiêu thụ bản mới nhất của phần mềm office thì có thể trở lại tham gia khóa huấn luyện thứ hai miễn phí.

CỬA HÀNG THỊT BÒ OMAHA

Để đẩy mạnh tiêu thụ thực phẩm cao cấp đông lạnh của cửa hàng mình Omaha thường xuyên tặng kèm theo thịt băm chiên. Khách mua cũng có khi được tặng một suất. Gần đây họ đã tuyên bố trên quảng cáo là: Chỉ cần mua thịt bò thì bạn sẽ nhận được một đôi giá cắm nến bằng thủy tinh nhân hiệu kim cương, do xưởng Mikasa nổi tiếng sản xuất.

CÔNG TY THÔNG TẤN MCI

Quà tặng thường cũng là một biện pháp hay để khuyến khích các khách hàng thường xuyên trở

lại. Công ty thông tấn MCI ở Washington đã viết một bức thư gửi cho những người sử dụng điện thoại đường dài của đối thủ cạnh tranh như sau: “Chúng tôi vô cùng coi trọng quý ngài cho nên, hy vọng quý ngài lựa chọn tổng sản phẩm của công ty chúng tôi”. Những lời mở đầu đầy sức mạnh đó là lời mời hấp dẫn kích thích nhận thư tham gia phương án A.Advantage của hãng hàng không Mỹ quốc. Biện pháp như sau: Chỉ cần tiêu dùng tại MCI số tiền 1 đô la lập tức có số dặm trình bay là 5 dặm, còn nếu như khách hàng đổi ý lựa chọn lại MCI công ty dịch vụ thông tấn thì có thể nhận được khoản hoa hồng bằng 4.000 dặm (trong đó 2000 dặm thực hiện ngay còn 2.000 dặm nữa phải chờ sau sáu tháng).

NGÂN HÀNG NATIONAL CITY

Con đường mưa cầu lợi nhuận từ trước đến nay của công ty thẻ tín dụng vẫn không thay đổi, đối tượng chủ yếu của họ cũng là những chủ thẻ có lòng trung thành cao. Ngân hàng National city ở Kaliflan bang Ohio cách đây không lâu đã cho ra đời một phương án cảm ơn khách hàng như sau: Những khách hàng có mức tiêu dùng 100 đôla trở lên sử dụng thẻ tín dụng trong quý 1 năm 1999 đều nhận được một “phiếu chi hàng không”. Quý khách sử dụng “phiếu chi hàng không” này mua

vé máy bay sẽ có thể nhận được chiết khấu cao nhất bằng 100 đô la. Không những thế họ có thể mua ở bất kỳ một hãng hàng không lớn nào.

Cũng trong kỳ nghỉ cuối năm 1998 National city có biện pháp cảm ơn khách hàng bằng cách cho khách hàng gọi điện thoại miễn phí trong kỳ nghỉ này, người tiêu dùng có trên 3 lần sử dụng thẻ tín dụng nhận được 1 thẻ điện thoại 15 phút, trên 6 lần nhận được 1 thẻ điện thoại 30 phút. Ngoài ra người tiêu dùng cũng không cần phải bận tâm xem cuối cùng mình đã sử dụng thẻ tín dụng bao nhiêu lần, tháng 2 sang năm (1999) công ty sẽ tự động mang quà để tặng khách hàng.

THẺ DISCOVER

Tháng 9 năm 1998 thẻ Discover đã đưa ra một hoạt động khuyến mại. Những người trong tháng có ba lần sử dụng thẻ sẽ nhận được một tờ bản đồ Rand McNally Rood Atlas; những người trong tháng 10 có 6 lần cào thẻ sẽ được tặng một quyển tạp chí miễn phí; còn tặng phẩm của khách hàng có 9 lần thanh toán thẻ tháng 11 là “một vé xem phim” có thể xem ở bất kỳ hãng phim nào trong hơn 1.000 hãng phim đã có hợp đồng. So với những việc làm trước đây, biện pháp thực thi Discover có phức tạp hơn một chút; trước hết người tiêu dùng

phải gửi về một bản chứng minh chuyển đổi, kèm theo ảnh chụp hóa đơn có ghi chú rõ ràng ngày tháng tiêu dùng.

SIÊU THỊ UVC

Ai bảo bữa trưa không có gì ăn? Gần đây siêu thị UVC cho ra đời biện pháp tiến hành tiêu thụ như sau:

Khách hàng tiêu dùng trên 55 đô la sẽ nhận được một suất ăn miễn phí. Khách hàng cầm giấy mời chiêu đãi giá trị 5 đôla này có thể đến bất kỳ quầy hàng ăn uống nào đặt trong siêu thị chọn một món ăn “cao lương mỹ vị” như: thịt băm chiên, món tam minh tri, khoai tây rán giòn, salad v.v... Thông qua thủ pháp này họ cũng đã có được cơ hội rất thuận lợi để giới thiệu với khách hàng những thực phẩm chế biến khác của họ, có thể nói một mũi tên trúng hai đích khá là thông minh.

CỬA HÀNG LIÊN DOANH VUA HAMBURGER

Tặng phẩm là phương pháp tuyệt diệu để giới thiệu sản phẩm mới, đó là món khoai rán mới đưa ra thị trường. Vua Hamburger ở Maiami đã làm cho những nhà môi giới toàn nước Mỹ phải kính phục bằng khẩu hiệu “Ngày khoai rán miễn phí” 7.600 quầy hàng của họ ở bang Bắc Mỹ cùng một lúc tung ra thị trường món khoai tây, tổng cộng

bán ra được 15 triệu suất. Còn bạn có muốn gọi một ít khoai rán để cùng ăn với thịt băm chiên?

CỬA HÀNG LIÊN DOANH ĐIỆN MÁY CIRCUIT CITY

Cách đây không lâu cửa hàng liên doanh chuyên bán điện máy lớn thứ 2 toàn nước Mỹ - Circuit city đã hợp tác với Motorola và American Express cùng triển khai tiêu thụ sản phẩm. Khách hàng mua máy nhắn tin Motorola tại Circuit city có thể nhận được một món quà thích thú: một giấy tặng của liên thông Mỹ Quốc mệnh giá 25 đôla. Người tiêu dùng chỉ cần gửi qua bưu điện một chứng minh thư thì chắc chắn sẽ nhận được tờ quà tặng đó, hay hơn nữa là với tờ quà tặng này bạn có thể sử dụng ở đâu tùy ý không có hạn chế.

CÔNG TY Ô TÔ POMOCO

Công ty ô tô Pomoco bang Virginia đã kết hợp sửa chữa ô tô và các nghề dịch vụ khác đã đề ra phương án rất có giá trị; quý khách hãy “yên tâm” dù cho xe cũ hay mới cũng sẽ có giấy bảo đảm trong thời gian xe của quý khách nằm trong xưởng. Quý khách có thể mang theo những giấy bảo đảm này sử dụng xe miễn phí do xưởng cấp.

Pomoco lại còn dịch vụ cung cấp trao đổi tin tức cho khách vắng lai, khách có thể sử dụng hệ thống điện thoại miễn phí và đặt các hòm thư nhắn tin.

Trong kỳ nghỉ đi chơi xa khách có thể thông qua hệ thống điện thoại hoặc hòm thư để nhận hoặc chuyển tin tức, tình hình.

CÔNG TY Ô TÔ HALL AUTO WORLD

Để thu hút khách hàng mua xe, công ty ô tô Hall Auto Wold đã cho ra đời một dịch vụ: “bảo đảm giá trị” dịch vụ trọn gói trị giá 1.920 đô la gồm có: đặc quyền thay xe 7 ngày/1000 dặm.

Hạng mục chỉ định trong dịch vụ miễn phí suốt đời là thay dầu nhớt xe rơi moóc, bảo dưỡng định kỳ và thay thế linh kiện có chiết khấu. Ngoài ra nếu lần thứ nhất xe sửa chữa chưa tốt lại tiếp tục phải đưa vào xưởng, khi đó khách hàng cũng có thể sử dụng miễn phí một chiếc xe khác để chạy thay.

TẠP CHÍ “PIANO NGÀY NAY”

Tiếp theo đây xin giới thiệu một biện pháp giản đơn. Tạp chí “Piano ngày nay” đã biết rõ một sự thực: Người chơi piano nhất định muốn nhận biết rõ dây bàn phím mà họ yêu thích, cho nên họ đã khích lệ người chơi piano tìm đọc tờ tạp chí này, coi đó là sự lựa chọn quà tặng. Đồng thời người đặt mua tạp chí cũng sẽ nhận được một quyển “Great piano Encores” (Tuyển tập nhạc khúc piano nổi tiếng).

THỦ PHÁP KHUYẾN KHÍCH BẰNG TIỀN HOA HỒNG

CÔNG TY MÁY TÍNH ĐIỆN TỬ CUC

Trong việc mua bán của rất nhiều sản phẩm kèm theo, không ít những chi phí vô hình mà trong những đồ nhất định có cả các khoản chi cho vận chuyển ngoại ngạch. Nếu biết vận dụng chi phí thỏa đáng sẽ làm tăng thêm giá trị của khoản hoa hồng. Công ty máy tính điện tử CUC đã cho ra đời biện pháp tiền hoa hồng. Bằng một loại quảng cáo công ty đã kê khai rõ tất cả mọi khoản hoa hồng ngoại ngạch cung cấp cho khách hàng, như vận chuyển miễn phí kéo dài thời kỳ đảm bảo 4 năm. Đồng thời còn liệt kê trong quảng cáo những hạng mục đảm bảo trên phạm vi toàn quốc. Theo những hạng mục này người cạnh tranh qui mô lớn phân ra chi phí thu về. Tính toán tổng cộng toàn bộ, nếu người tiêu dùng lựa chọn công ty này sẽ có thể tiết kiệm được một khoản chi tới 350 đô la.

HIỆU SÁCH LIÊN DOANH BOOKS - A - MILLION

Đối với việc bán lẻ thư tịch thì tác giả là nguyên nhân làm tăng giá trị lợi nhuận tương đối phổ biến.

Hiệu sách Books - A - Million cũng không ngoại lệ. Họ thường xuyên tổ chức cho tác giả ngâm đọc tác phẩm của mình trước khách hàng hoặc tổ chức hoạt động gặp gỡ kí tên lưu niệm tại hiệu sách, vì vậy người đọc nhìn thấy tận mắt những tác giả mình yêu thích. Không những thế còn được tác giả ký tên vào quyển sách của mình mua, đối với thị trường người sưu tập sách còn có một giá trị nhất định. Vì vậy số lượng khách hàng đến với cửa hàng sách này không những được duy trì mà còn tăng cao.

Năm 1997 Incentive Fderation đã làm một cuộc điều tra phát hiện các doanh nghiệp toàn nước Mỹ đã đầu tư chi dùng cho xúc tiến tiêu thụ một năm, nhằm vào người tiêu dùng, tổng cộng đến 4,23 tỷ đô la.

CÔNG TY TƯ VẤN QUẢN LÝ DOANH NGHIỆP PEPPERS AND ROGERS

Nói về sách, một lần nữa xin hãy xem ví dụ dưới đây. Sở trường của The peppers and rogers là nhằm vào phần đông dân chúng để tiến hành hoạt động bán sách hàng loạt. Khi cho ra đời cuốn "One to One Field book", trên mỗi quyển sách họ đều cho một nhóm ký hiệu số thứ tự độc nhất vô nhị. Nhóm ký hiệu này có thể dùng để đăng ký mật hiệu trang web của công ty này và cũng có thể đưa vào khu vực đặc biệt thuộc về tăng giá trị lợi nhuận, trong

đó bao gồm “công cụ điện tử, bảng tính và cả ưu đãi chiết khấu”.

CÔNG TY MÁY TÍNH ĐIỆN TỬ SIMPLE SOLUTION

Bạn vừa nhận được máy tính điện tử miễn phí, lại còn thêm dịch vụ hòa mạng, bạn cảm thấy thế nào?

Công ty máy tính điện tử Simple solution ở New York đã đưa ra cái gọi là “Một mẻ bắt gọn”. Chỉ cần mỗi tháng bỏ ra 19,99 đô la, liên tục trong 4 năm bạn sẽ nhận được một máy tính điện tử và có thể hòa mạng không cần thời hạn. Khoản hoa hồng này còn bao gồm lắp đặt tại nhà miễn phí. Sau 2 năm sử dụng có thể thay một máy tính điện tử mới và chịu một khoản chiết khấu nào đó.

MÁY KHÂU BERNINA

Đối với những loại máy móc công kênh to nặng phức tạp thì việc lắp đặt miễn phí là rất có sức hấp dẫn. Giá cả bán lẻ máy khâu Bernina đương nhiên là không rẻ, nhưng mức độ phục vụ thì có thể nói là đứng hàng đầu. Máy móc của họ có lắp nhiều phối kiện đặc biệt. Có thể may được nhiều mẫu hàng đặc biệt, lại còn kèm thêm màn hình máy tính điện tử cảm ứng tiếp xúc. Sau khi khách hàng mua máy nhất định sẽ có kỹ sư chuyên ngành thân hành hộ tống đến tận nhà giúp đỡ việc lắp đặt đúng

vị trí thỏa đáng nhất và cũng để cung cấp những thuyết minh thiết yếu.

TẠP CHÍ “KHÁCH NEW YORK”

Hoạt động nội thành On the Town của tạp chí “New Yorker” đã làm cho chủ quảng cáo và độc giả sát lại gần nhau. Đó là mục quảng cáo có quy hoạch đặc biệt, đã cung cấp cho tất cả độc giả các hoạt động xúc tiến tiêu thụ và các hạng mục chiết khấu. Như thời gian gần đây, nội dung bao gồm: khoản ưu đãi thưởng thức ca vũ kịch “bách lão hội”, một phần chuyến du lịch trọn gói đã được thiết kế của liên thông Mỹ quốc nhằm vào các lữ khách của Inerhery trước đây, còn một số trận thi đấu do tiệm rượu Daniel’s đã tài trợ.

CÔNG TY HÀNG KHÔNG U.S. AIRWAYS

Liên minh với đối thủ, ý tưởng này thoát nghe có vẻ như điên khùng, nhưng cuối cùng thực tế đã chứng minh đầu óc không sáng suốt, không biết ai đã bài xích cái cách suy nghĩ này. Nhưng xin hãy học tập Công ty U.S. Airways. Gần đây họ đã bắt đầu hợp tác với hàng không Mỹ quốc (American Airlines) để cho khách hàng có một số dặm trình tích lũy trong đó, cũng có thể đến A.A sử dụng.

BÁO THE WASHINGTON POST

Báo The Washington Post dành riêng cho khách

hàng có cảm nhận sâu sắc về giá trị cột quảng cáo phân loại ô tô trên bảng này. Họ đã không thu thêm một xu nào mà ngược lại còn để cho chủ những quảng cáo này đồng thời xuất hiện trên trang web (Washington Post.com) trang ô tô. Chủ mua có hứng thú thông qua sự tìm kiếm rồi xem xét, ngắm nhìn nhanh những chiếc xe cần mua, còn bên bán thì được hưởng cái lợi trưng bày rộng rãi hơn.

CÔNG TY CHO THUÊ XE HERTZ

Công ty cho thuê xe Hertz ở bang Niu Zheri đặc biệt nhằm vào hội viên A.A.A cung cấp một hạng mục ưu đãi tăng thêm giá trị, để cho người thuê xe bớt đi một khoản phí dụng. Chỉ cần đưa ra thẻ hội viên và giấy ưu đãi tiêu thụ, khi thuê xe có thể được miễn phí một thùng dầu đầy tràn nếu thuê xe ở Mỹ, khi đem xe về trả nhất thiết phải đổ dầu đến mức dầu có sẵn như lúc thuê xe, nếu không thì phải nộp tiền dầu với khá cao).

CỬA HÀNG KÍNH MÁT SUNGLASS HUT

Còn có một hoạt động ưu đãi rất được khách hàng hoan nghênh là: chỉ cần bạn mua một cặp kính mát của Sunglass Hut, nhân viên của họ rất sẵn lòng lau chùi, đánh bóng cặp kính đó hoặc là điều chỉnh gọng kính cho bạn một cách vui vẻ. Khi bạn đang có mặt ở cửa hàng, họ rất vui lòng giới thiệu với

bạn những kỹ thuật mới nhập vào và kiểu dáng thời thượng.

CỬA HÀNG SÁCH INGRAM

Cửa hàng sách Ingram đã động viên khích lệ những món giao dịch lớn đơn lẻ thông qua điện thoại để đặt hàng từ trên 100 quyển có thể được hưởng miễn phí vận chuyển. Còn nếu là đặt hàng trên mạng thì giá vận chuyển miễn phí giảm xuống 50 loại, bởi vì tác nghiệp trên mạng có công ty hỗ trợ giá thành vận chuyển giảm.

CỬA HÀNG SÁCH BAKER & TAYLOR

Một nhà cạnh tranh khác là Baker & Taylor vừa lấy khung giá thấp nhất để thực thi việc chuyển giao miễn phí. Điện thoại gọi đến bất kì một cửa hàng nào đang bán sách đặt mua 50 quyển, bất kể hiện tại họ có sách trong kho hay không cũng đều nhận được miễn phí giao hàng tận nơi. Nếu có hai nhà hàng nhận đặt hàng tổng cộng 100 quyển thì cả hai nhà hàng đó đều phải cung cấp các trang mục phục vụ này.

NHÀ XUẤT BẢN SIMON VÀ SCHUSTER

Hãy nhìn đây chuyên cung ứng một lần nữa bạn sẽ phát hiện thấy cái lưới câu của ngành xuất bản

Simon và Schuster cũng là một cửa hàng sách cung cấp dịch vụ vận chuyển giao hàng miễn phí, bất kỳ một người nào đã từng di chuyển một thùng sách đều thấy rõ. Loại chuyển giao hàng miễn phí này thật sự đã lôi cuốn được khách hàng quay lại, nó có sức hút thật hấp dẫn.

CỬA HÀNG LIÊN DOANH TRANG PHỤC CACHE

Khung cảnh và không khí của việc chuyển giao miễn phí cho dù là cửa hàng bán lẻ đồ nữ trang cao cấp cũng bị cuốn hút vào phong trào này. Cửa hàng liên doanh trang phục Cache tại New York và American Express đã phối hợp với nhau bằng mua bán qua bưu điện và nghiệp vụ thẻ tín dụng đã tạo nên thắng lợi cho cả hai người tiêu dùng. Nếu sử dụng thẻ American Express đặt mua sản phẩm bản mẫu hình của công ty này có thể được hưởng miễn phí chuyển giao vô điều kiện.

CÔNG TY MUA BÁN QUA BƯU ĐIỆN ONE HANES PLACE

Bây giờ chúng ta sẽ xem thủ pháp tiến hành tiêu thụ sản phẩm của một công ty One Hanes Place qua bưu điện: nếu bạn kể một số trang phục mang nhãn mác có tiếng từ trên trang web của họ và đặt mua, chỉ cần đưa những kí hiệu thương phẩm này vào bản mẫu của bạn họ sẽ đưa hàng đến tận nhà

cho bạn và đương nhiên là miễn phí. Thông qua phương thức giao dịch không chỉ người tiêu dùng được lợi mà cửa hàng cũng cần phải biên chế thêm chuyên viên phục vụ khách hàng để xử lý giao dịch, cho nên giá thành giảm đi được không ít.

HAI KIỂU KÍCH THÍCH KHÁCH HÀNG

Nếu phân loại các phương pháp kích lệ, về cơ bản có thể chia ra hai loại: “Xót ruột trả tiền” và “Xuôi dòng xuất bến”. Để hiểu sâu sắc và tinh tế hơn trong việc kích thích khách hàng.

1. Loại thủ pháp kích lệ “Xót ruột trả tiền” là người tiêu dùng phải trả tiền mới được hưởng dịch vụ. Vì vậy, để kích lệ loại này tất nhiên phải làm tăng thêm giá trị hàng hóa của bạn. Ví dụ như khuyến mại đặc biệt hoặc có tiền hoa hồng tiền mặt.

2. Loại thủ pháp kích lệ “Thuận dòng xuất bến” là một số dịch vụ bổ sung làm “tăng thêm giá trị”. Những đồ vật này có thể làm cho khách hàng hứng thú với việc giá thành không cao. Nếu xe chưa sửa xong thì xưởng sẽ chịu trách nhiệm cho xe đưa chủ về nhà họ, hoặc giả miễn phí cho du khách đi máy bay lên khoang hạng nhất hoặc khoang thương vụ khi các khoang đó vẫn còn trống.

Vì vậy, khi lập kế hoạch kích thích khách hàng

nếu có thể bạn phối hợp vận dụng cả hai, tất nhiên hiệu quả sẽ tốt hơn nhiều.

CHUYỂN PHÁT NHANH TOÀN LIÊN BANG

Khi công ty vận chuyển hàng hóa đưa hết phí vận chuyển tính vào giá thành hàng hóa thì chúng tôi thấy điều đó khó có thể chấp nhận. Nhưng có người lại nhìn ra vấn đề máy bay thương nghiệp cách đêm đưa hàng đến người chuyển giao nhanh. Chuyển phát nhanh toàn liên bang(Fedex) cho ra đời phương án Fedex Spotlight với ý đồ tranh thủ thêm nhiều khách hàng là các doanh nghiệp vừa và nhỏ, người tham gia có thể bớt cho mỗi gói hàng 3 đôla tiền hàng. “Bớt cho bạn hàng 3 đô la, chúng tôi vẫn hiểu lô hàng biết ơn vô hạn đối với bạn”. Trong thư gửi khách hàng phương án này còn bao gồm một tờ chiết khấu 20 đôla, một quyển lịch tháng có in rất nhiều câu chuyện thành công của doanh nghiệp vừa và nhỏ, thông tin của chuyển phát nhanh toàn liên bang, và giới thiệu sơ lược về những dịch vụ miễn phí khác kể cả các biện pháp ưu đãi đặc biệt.

CỬA HÀNG LIÊN DOANH ĐIỆN MÁY RADIO SHACK

Radio shack với phương châm của công ty Tandy, để khuyến khích người tiêu dùng sử dụng phiếu

ký nợ Answer plus của họ đã đưa ra rất nhiều khoản ưu đãi có giá trị. Khách hàng tham gia phương án này không chỉ nhận được khoản chiết khấu dành riêng, còn có thể được hưởng các loại ưu đãi sau đây: thanh toán nhanh, 90 ngày không cần trả nợ không thu lãi, tặng 9 cục pin đèn, miễn phí đóng hộp quà tặng, ưu tiên cung cấp dịch vụ sửa chữa.

CÔNG TY HÀNG KHÔNG TÂY BẮC

Khách hàng trả tiền theo giá sản phẩm, đây là những vị khách đáng quý. Hàng không Tây Bắc (Northwest Airlines) thấy rõ điều này vì vậy cố hết sức tìm cách giữ lại những khách quý này. Người tiêu dùng chỉ cần mua vé máy bay tuyến hàng không chỉ định với giá đầy đủ sẽ được nâng cấp vô điều kiện đến khoang hạng nhất, đồng thời trở thành hội viên của phương án khách mời dăm trình World Porks 1000 dăm của công ty này. Ngoài ra Tây Bắc còn hợp tác với thẻ USA để đưa ra mức ưu đãi sau đây cho lữ khách loại bussiness: hội viên World Perks nếu sử dụng thẻ USA mua vé khoang hạng nhất hoặc khoang Business đi đến các nước Châu Á có thể được 1 vé máy bay khứ hồi tuyến bay trong nước trên máy bay hàng không Tây Bắc.

TÀU BƯU ĐIỆN NỔI TIẾNG

Tàu bưu điện nổi tiếng (Celebrity Cruises) cũng đưa khái niệm nâng cấp “miễn phí khi đi biển”. Họ đã hợp tác với công ty American Express tạo ra biện pháp khích lệ bằng nâng cấp của riêng mình. Nếu sử dụng thẻ “American Express” lữ khách tham gia du ngoạn Alaska của công ty này đều được hưởng ưu đãi miễn phí khoang ngồi nâng lên một cấp.

CÔNG TY ĐƯỜNG SẮT MỸ QUỐC

Nhằm vào các hành khách ưa thích ngồi tàu hoả du lịch công ty đường sắt Mỹ (Amtrak) đã đưa ra một mục ưu đãi đặc biệt lôi cuốn cả nhà cùng đi du lịch, tăng số lượng khách hàng chỉ cần mua một vé tàu có thể được mua vé thứ hai bằng nửa giá và vé thứ ba thì miễn trả tiền.

Căn cứ vào “Tổ chức nghiên cứu nước Mỹ” một hạng mục điều tra cho thấy mỗi khi siêu thị bắt đầu tăng khuyến mại thì báo tuần, báo ngày lập tức tăng lên một cách rõ rệt. Lượng độc giả tăng từ 40% đến 74%.

CÔNG TY THÔNG TẤN ALTEL

Trong rất nhiều gia đình cứ 2 người thì có máy di động. Sau khi nắm chắc bối cảnh này công ty

thông tấn Altel ở Little Rock bang Arkansas nhằm vào những khách hàng hiện có, đưa ra phương án ưu đãi đặc biệt số 2, khách hàng nếu ký hợp đồng định kỳ một năm rưỡi sẽ được hưởng lợi sử dụng miễn phí 6 tháng.

CÔNG TY ĐIỆN TÍN SPRINT

Để tranh thủ khách hàng là các doanh nghiệp nhỏ và vừa đưa ra ngày thứ 5 hàng tuần miễn phí điện thoại đường dài, trong nước, hoạt động trong thời gian 110 tuần. Chỉ cần khách hàng bảo đảm mức tiêu dùng cơ bản hàng tháng từ 50 đôla trở lên thì sẽ được hưởng ưu đãi miễn phí điện thoại đường dài ngày thứ 5, hạn mức hàng tháng có thể tới 1000 đô la.

SỬ DỤNG HOA HỒNG LÀ TIỀN MẶT

CHUỖI SIÊU THỊ WINN - DIXIE.

Sử dụng giấy chiết khấu trên thị trường hàng tươi sống và đồ dùng hàng ngày, có thể nói một truyền thống đã được khảo nghiệm qua thời gian. Còn đối với một số người tiêu dùng không ngại phiền phức thì “tích tiểu thành đại”. Vì vậy mà trong thời gian ngắn có thể giảm được một món đồ gia dụng đáng kể. Có một số người tiến bộ hơn,

tăng mệnh giá chiết khấu lên 2 hoặc 3 lần để đổi thành hàng hóa, siêu thị liên doanh Winn - Dixie thành phố Jacksonville bang Florida là một ví dụ. Trong hoạt động bán hàng gần đây, tờ chiết khấu dưới 50 cent đều đã tự động hóa thành gấp 3 lần, người tiêu dùng thậm chí không cần phải tự rút hầu bao, tức là có thể mua được một số hàng hóa có giá đặc biệt. Còn Winn - Dixie sử dụng phương thức sản xuất tự mình in phát những tờ ưu đãi của hãng mình. Trước đây không lâu trong tờ rơi xúc tiến bán hàng gửi cho người tiêu dùng đã bao gồm 4 thẻ bảo đảm tiết kiệm 5 đô la, bất kỳ mua hàng hóa gì, chỉ cần tổng giá trị vượt quá 25 đô la thì sẽ được bù trừ vô điều kiện.

QUÁN ĂN BÌNH DÂN SHACKLE FORD' S

Khi người viết bài này đang ở quán ăn bình dân Shackle - leford' s mới khai trương tại Williamshurg để chào mời khách hàng họ đã đăng lên báo, kèm theo quảng cáo tờ chiết giá. Người tiêu dùng có 2 cách lựa chọn: có thể lần sau bạn đến ăn bữa tối sẽ được hưởng ưu đãi là giảm nửa giá cho món chính thứ hai, bữa ăn trưa giảm giá 5 đô la.

QUÁN "HAND ROCK CAFÉ"

Tôi chiết giá ngoài chợ đối với việc lôi kéo khách hàng làm cho khách hàng một lần nữa trở lại cửa

hàng thật có tác dụng cao mà không những thế nó thích hợp sử dụng với bất kỳ hình thái kinh doanh nào. Khoảng tháng 9 năm 1998 nếu bạn tăng số lần đến nhà ăn (Hand Rock Café) dùng bữa, thì tất nhận được một tờ chiết giá 5 đô la để đó lần sau tới đây đem ra dùng.

CỬA HÀNG THỊT BÒ OMAHA.

Thực tại ngày nay, chẳng có ai trong người lại không mang theo một, hai thẻ tín dụng. Nếu bạn dùng thẻ bạch kim của Omaha (Platium Plus ViSA) thẻ thì khi tiêu dùng 5% tổng tiền chi tại cửa hàng khác, có thể cộng dồn lại đổi lấy tờ bù giá "Omahasteaks Certificates" bằng 25 đô la dùng để mua bất kỳ hàng hóa nào của cửa hàng này.

CÔNG TY TRUYỀN THANH DISCOVERY.

Công ty truyền thanh Discovery đã lợi dụng tờ phiếu để đẩy mạnh việc tiêu thụ thẻ bạch kim của chính mình phát hành. Platium Plus Master Card-Đài truyền hình cáp của công ty truyền thanh Discovery của bang Maliland này đã đưa ra biện pháp sau đây: Người cầm thẻ xin được thẩm tra phê chuẩn xong sẽ nhận được một tờ chiết khấu giá 20 đôla có thể mua bất kỳ sản phẩm nào của công ty Nature Company, một công ty trực thuộc công ty Discovery. Ngoài ra, để tích cực khuyến

khích người tiêu dùng sử dụng tấm thẻ này. Mỗi khi giá trị mua hàng đủ 1.500 đôla thì lại được tặng thêm một tờ phiếu 20 đôla khác. Nếu người tiêu dùng bỏ không sử dụng thẻ tín dụng của các hãng khác đồng thời mang toàn bộ số dư chuyển nhập vào thẻ của công ty có thể nhận được một món quà tặng khác một chiếc áo lông cừu của công ty truyền thanh Discovery trị giá 50 đôla.

AMERICAN EXPRESS

Hiệu quả sử dụng của chiết giá kẹp thật không thể nào nói hết được, ở đây chỉ nêu lên một ví dụ: chỉ tính trong thời gian từ ngày mùng 1/2 đến ngày 30 tháng 4 năm 1999. Người tham gia phương án tặng quà của hội viên American Express cầm thẻ tiêu dùng tại siêu thị và các nhà thuốc đều có thể được gấp đôi số điểm (có thể đổi lấy sản phẩm hoặc số dặm trình bay). Cách đẩy mạnh tiêu thụ này không chỉ đã khích lệ người tiêu dùng vui sướng sử dụng thẻ American mà còn giúp cho American Express chiếm lĩnh thị trường.

CÔNG TY MORGAN STANLEY

Thẻ Discovery của công ty Morgan Stanley Dean Witter, nhờ vào biện pháp hoa lợi tặng lại bằng tiền mặt mở ra một bước ngoặt mới, người cầm thẻ mỗi năm chỉ cần tiêu dùng 1% tổng hạn ngạch, sẽ

được trả lại làm tiền thưởng. Năm 1998, tiêu dùng bằng thẻ này mỗi một khoản tiền (mức tiền là 2500 đôla) đều được ghi sổ kế toán tháng 10, tháng 11 hoàn trả trên 1%. Sự thực thì mục đích của việc thực thi hoa lợi trả lại bằng tiền mặt chính là để kích thích tiêu dùng, sử dụng thẻ này nhiều hơn.

CÂU LẠC BỘ HỘI VIÊN SAM'S

Câu lạc bộ hội viên Sam's ở Bentomille bang Akensa, vì không thuộc về hãng bán lẻ thông thường, cho nên, không phù hợp với cách sử dụng tờ chiết khấu do hãng chế tạo cung cấp. Nhưng ngược lại thông qua khoản trả lại bằng tiền mặt của hãng chế tạo mà đã thành công trong việc nâng cao kết quả kinh doanh. Trong tờ rơi để đẩy mạnh tiêu thụ hàng tháng câu lạc bộ này đã đặc biệt nhấn mạnh phương án hoàn trả của các hãng chế tạo, đồng thời kèm theo phim ảnh, kim ngạch hoàn trả, mức tiêu dùng thấp nhất. Tất cả các hội viên đã mua những thương phẩm này chỉ cần điền vào lá thư xin hoàn trả bằng tiền mặt đã có kèm theo tờ quảng cáo cùng với chứng từ thu gộp lại gửi về là được. Công ty bảo đảm cho hội viên trong vòng hai tháng nhận được phiếu chi tiền hoàn trả.

NGÂN HÀNG MỸ QUỐC

Nhằm vào những đối tượng là khách hàng cấp

cao (Advantage-Level) ngân hàng Mỹ quốc (Bank of American) đã cho ra một dịch vụ mới có tên là Advantage Values. Theo đó khách hàng có thể được hưởng chiết khấu ưu đãi hoặc tiền hoa hồng tại rất nhiều cửa hàng nổi tiếng trong toàn quốc. Tuy nhiên bản thân ngân hàng Mỹ quốc không hề nhận bất kỳ khoản phụ thêm nào từ những cửa hàng này.

Một ví dụ là du lịch Alaska bằng tàu bưu điện Holland America. Người cầm thẻ hội viên chi trả 3 đến 5% phí du lịch sẽ ghi được một số điểm bằng tiền mặt, lần sau đáp tàu đi nữa sẽ được trả bù trực tiếp. Số điểm tích lũy có giá trị thời gian hai năm.

CỬA HÀNG CHIẾT KHẤU MIKASA FACTORY STORE

Liên hợp phát hành chiết giá cũng là một sáng kiến hay. Gần đây, khi đến mua hàng tại cửa hàng trang phục Liz Claiborne trong thị trường hàng hóa, thì ngay lập tức liền nhận được tờ chiết khấu 15%, tờ chiết khấu này có thể đồng thời sử dụng ở cửa hàng chiết khấu Mikasa Factory Store ở đối diện bên kia đường.

TỔ CHỨC HOẠT ĐỘNG BÁN HÀNG GIẢM GIÁ

CỬA HÀNG THỊT BÒ OMAHA

Ai có thể xứng đáng hơn những khách hàng của bạn để được bán giá ưu đãi. Hãy đến Omaha ở Nebraska mua thịt tươi loại đặc biệt, hải sản tươi sống hoặc những thực phẩm đặc chế khác. Sau đó, chỉ không quá vài tuần Omaha bắt đầu suy tính. Họ dự tính được lượng hàng bạn mua có thể sử dụng trong bao lâu, thời gian này có thể xê dịch chút ít và cung cấp ngay ưu đãi cho bạn một cách cao nhất có thể, so với giá bình thường giảm được 30 đôla. Mục đích của họ đương nhiên là hy vọng bạn lại tiếp tục đến cửa hàng chọn mua.

CÔNG TY BÁCH HÓA HECHIT'S

Lợi dụng hoạt động bán hàng giảm giá đặc biệt thu hút người tiêu dùng quay trở lại, các cửa hàng bán lẻ có thể nói là đi đầu trong lĩnh vực này. Gần đây công ty Bách hóa Hechit's đã tổ chức bán hàng hạ giá đặc biệt mùa xuân, đã chọn một số hàng hóa quen thuộc hấp dẫn bày bán lúc còn đang vắng khách là buổi sáng. Ngày đầu tiên của hoạt động

này tranh thủ mở rộng phạm vi các sản phẩm bán giá đặc biệt nhằm vào “Những chú chim dậy sớm”, quảng cáo về giá đặc biệt càng nhiều càng hấp dẫn khách hàng.

CÔNG TY ĐĨA HÁT BMG

Công ty đĩa hát BMG dưới thương hiệu của Bertelsman - một công ty viễn thông của Đức, thường xuyên tổ chức hoạt động bán hàng khuyến mại đặc biệt “mua 1 tặng 3”. Chọn bất kỳ sản phẩm nào đều được tặng thêm. Cách thức này xem ra không phải là mới, cho dù không có hoạt động xúc tiến tiêu thụ đặc biệt. Bình thường, bất kỳ người tiêu dùng một đĩa CD với giá thông thường thì đều có thể được giảm một nửa giá khi mua đĩa tiếp theo.

CỬA HÀNG GIẤY THỂ THAO JUSTFORFECT

Một cách thức của hãng giấy thể thao Justforfect có hiệu quả cao đối với việc giữ khách hàng. Hoạt động “Tồn một đồng lãi một đồng” của công ty: Bạn đến đó tiêu bao nhiêu tiền thì công ty sẽ tặng lại bạn món quà tương đương. Điểm hay của thủ pháp này là món quà đó phải để sau vài tháng mới sử dụng được. Như vậy, trước mắt tỷ lệ mua trùng lặp của khách hàng được nâng lên cao.

Công ty còn có một điểm nữa đang được học tập.

Trước đây không lâu, công ty này đã cho ra đời hoạt động xúc tiến tiêu thụ “thay cũ bằng mới” khích lệ người tiêu dùng mang giày đã cũ, rách đến cửa hàng mua giày mới, căn cứ vào giá thành đôi giày cũ có thể chiết trừ 5 đôla đến 15 đôla.

PHƯƠNG ÁN TRẢ CƯỚC HỌC PHÍ CỦA VIRGINIA

Ngành giáo dục không phải chưa từng sử dụng những cách thức ưu đãi như thế. Ở một số bang của Mỹ, người lớn nếu muốn trả cước phí cho việc giáo dục trẻ nhỏ thì nhà trường tự đưa ra giá đặc biệt. Bang Virginia cũng vậy, trong phương án trả cước học phí của Virginia thì người lớn trả cước toàn bộ hoặc trước đó tham gia khoản phân kỳ trả dần học phí, đảm bảo rẻ hơn rất nhiều thậm chí chỉ bằng khoảng 1/3 giá quy định. Như vậy, người lớn sẽ cảm thấy không còn phải áy náy gì; lại có thể tiết kiệm không ít những khoản chi trả cho giáo dục, nhà trường cũng đã xác nhận đảm bảo những khách hàng trong tương lai.

TIẾT KIIỆM ĐÀO TẠO

QUỸ CỦA VIRGINIA

Bạn muốn tìm một phương án tiết kiệm đào tạo linh động không ? Hãy thử đến quỹ tiết kiệm đào

tạo Virginia xem (Virginia Education Savings Trust). Giả sử bạn góp cho quỹ ra đời chưa lâu này khoản đầu tư trong khoảng 10 vạn đôla, lợi tức thu được có thể nộp thuế dần dần, không những thế bất kể là học sinh của bang này hay không đều có thể xin đăng ký được⁽¹⁾.

KHÁCH SẠN HOA VIÊN WYNDHAM

Kỳ nghỉ của các công ty thường sẽ tạo thành mùa vắng khách của một số ngành nghề buôn bán. Đối với người làm trong các ngành nghề này thì, thử cố bán chẳng bằng tìm cách thoát khỏi bối cảnh khó khăn đó, như các khách sạn sân bay gặp ngày cuối tuần. Khách sạn hoa viên Wyndham của sân bay Richond đã áp dụng những biện pháp sau đây để lấp đầy những phòng trống vào ngày cuối tuần: Từ ngày thứ sáu đến ngày chủ nhật giá thuê phòng là 64 đôla, kể cả bữa ăn sáng thịnh soạn. Không những thế ngày chủ nhật để cho khách nghỉ ngơi thoải mái, ngủ đủ, chỉ cần đến 3 giờ chiều làm xong thủ tục trả phòng là được.

(1). Đại học các bang của Mỹ, nếu không phải cư dân của bang đó thì phải nộp học phí và các phí đào tạo khác theo mức tương đối cao.

Ngoài những phụ phí học tập ra cũng còn dùng để trả tiền cư trú, mua sách vở, kể cả các khoản phụ có liên quan đến việc học đại học.

NHÀ HÀNG RITZ - CARLTON

Từ điển Lệ tri

Nhà hàng Ritz - Carlton nhằm vào những người sử dụng thẻ tín dụng American Express để dịch vụ ưu đãi đặc biệt vào cuối tuần, bao gồm nghỉ mùa xuân, ngày kỷ niệm quân đội, ngày tết lao động. Hội viên có thể ở bất kỳ nhà nào trong 24 nhà hàng chi nhánh của nó. Giá cả cực thấp, một đêm chỉ 88 đôla, lại được ở tại một trong những thắng cảnh nổi tiếng nhất thế giới, hưởng thụ sự phục vụ của nhà hàng hạng nhất này.

RESTAURANT NGÀY NGHỈ

Trước đây không lâu Restaurant ngày nghỉ (Holiday Inn) đưa ra chương trình khuyến khích tiêu thụ đặc biệt cuối tuần. Bạn hãy nói xem tại sao lại chọn cửa hàng liên doanh này? Bởi vì, họ cho rằng bạn tham gia miễn phí cuộc tranh đua “đến để chơi và đến để giành chiến thắng” của chương trình truyền hình “Chào buổi sáng, nước Mỹ”¹.

CÔNG TY ĐƯỜNG SẮT CHÂU ÂU

Công ty đường sắt châu Âu (Rail Europe), để

1. Tiết mục tin buổi sáng có giải thưởng lớn là chiêu đãi miễn phí một chuyến du lịch trong tư cách là “khách hào hoa” của thành phố New-York, ngoài ra còn nhiều giải thưởng khác nữa.

chào mừng tròn 40 ngày hoàn thành tuyến đường sắt hấp dẫn này đã tổ chức một hoạt động giảm giá đặc biệt, thật là độc đáo. Tất cả các khách đi tàu có sinh nhật tròn 40 tuổi năm 1999 đều được hưởng ưu đãi 4 xuất mua vé. Vâng! Nếu bạn chưa tròn 40 tuổi không sao còn có các loại chiết khấu khác.

LIÊN DOANH TIÊU THỤ BĂNG HÌNH VIDEO UPDATE

Chuỗi cửa hàng tiêu thụ băng hình video updata có 12 quầy hàng vào những ngày bình thường, không phải cuối tuần doanh thu buôn bán thấp. Để giải quyết vấn đề này họ đã tổ chức một hoạt động giảm giá đặc biệt vào những buổi tối thứ hai, thứ tư, thứ năm, thuê 3 băng hình chỉ phải trả tiền 2 băng, ngày thứ ba thuê 1 băng một bộ phim, chỉ hết 99 cent

CÔNG TY HÀNG KHÔNG MỸ DELTA AIRLINES

Hiện tại giao dịch trực tuyến là cách tốt nhất để mua vé máy bay. Công ty hàng không Mỹ Delta Atlanta đã dùng biện pháp chiết khấu tương đối hấp dẫn để thúc đẩy tình trạng kinh doanh không mấy tốt đẹp của các chuyến bay cuối tuần, tuy nhiên việc tiến hành bằng cách thông báo trước thời gian rất ngắn mà lại chỉ có thể mua vé trên mạng. Cứ vào thứ tự họ mới cho đăng quảng cáo

trên mạng, chủ nhật xuất phát, ngày thứ hai hoặc thứ ba quay về.

CÔNG TY HÀNG KHÔNG MỸ AMERICAN AIRLINES

Công ty hàng không Mỹ AA cũng có một phương án tương tự cung cấp cái gọi là “giá vé rất tiết kiệm” (Net SAA Verfaes). Chỉ cần đăng ký trên trang Web của công ty này, mỗi ngày bạn sẽ có thể thông qua thư điện tử để được biết giá vé ưu đãi của công ty. Lấy một ví dụ gần đây nhất, vé máy bay khứ hồi từ Washington D.C Maiamy chỉ có 149 đôla; nếu như có một số dặm trình tích lũy bằng 13.000 dặm thì chỉ cần thêm vào 39 đôla nữa sẽ đổi trực tiếp lấy một vé. Do việc kinh doanh trên mạng có thể giảm được một khoản giá thành cho công ty nên hãng hàng không Mỹ này thông qua chương trình mua đặt chỗ, trả tiền trên mạng để khuyến khích khách hàng và lấy số dặm trình tích lũy bằng 1000 dặm làm hoa lợi. Ngoài ra để thu hút khách hàng đi máy bay công ty đã tặng thêm 3.000 dặm cho những khách hàng lần đầu tiên đi máy bay thuộc chuyến bay của công ty.

CÔNG TY HÀNG KHÔNG ĐẠI LỰC

Công ty hàng không đại lực (Continental Airlines) đã cho ra đời chương trình ưu đãi du lịch cool (Cool travel specials). Điều này xuất phát từ đòi hỏi của

khách hàng, giảm giá đáng kể với những chuyến bay cuối tuần vắng khách. Họ đã cùng với các khách sạn, công ty taxi hợp tác với nhau đưa ra một tổ hợp hoàn chỉnh. Khi khách hàng đến nơi du lịch, sử dụng những dịch vụ kèm theo này đều được giảm giá.

DÀN NHẠC GIAO HƯỞNG CLEVELANEL

Bán vé theo mùa cũng là một hình thức lôi kéo khách hàng. Dàn nhạc giao hưởng gồm nhạc cụ dạng ống và dạng dây, hàng năm vào mùa hè biểu diễn tại trung tâm âm nhạc Noloaton thành phố Akron bang Olio là biểu diễn chính thức chào đón mùa ấm áp đang tới gần. Cứ vào cuối tuần tổ chức bán vé 2,3 đợt 10 vé với giá vé ngồi bãi cỏ. Số tiền này nếu vào thời kỳ biểu diễn chính thức chỉ có thể mua được một chỗ ngồi rẻ nhất, thậm chí họ cũng có miễn phí nâng cấp: hai vé có thể đổi lấy 1 vé trong phòng hòa nhạc.

CÔNG TY ANHÉNER - BUSH

Cũng như rất nhiều những công viên chủ đề khác. Công viên chủ đề Bush gardens thuộc công ty Anhéner-Bush dùng biện pháp cấp giấy chứng nhận, thông hành theo mùa để duy trì tỷ lệ đi xem của lũ khách. Chỉ cần bỏ ra khoảng 90 đôla,

người tiêu dùng có thể tùy ý đến du thưởng miễn phí gửi xe. Mua hàng ăn uống và cửa hàng quà tặng đều có thể được ưu đãi chiết 10%. Sau năm thứ nhất người cầm vé có thể thông qua điện thoại thay đổi kỳ hạn sử dụng mới và được hưởng chiết khấu ưu đãi đặc biệt có thể còn cao hơn.

Hệ thống cửa hàng ăn nhanh Taco Bell. Trời ơi! Cái đó chỉ khiến người ta chú ý hơn đến con chó nhỏ. Bởi vì truyền hình nước Mỹ quảng cáo con chó nhỏ minh tinh, mọi nhà mọi người đều biết TacoBell đầu tư quảng cáo con chó nhỏ đó để được hoan nghênh nhiệt liệt, tiết lộ một tin tức bán hàng đặc biệt làm cho những gia đình đang bị đói kém cũng không thể kêu rằng đói: “Chỉ có 10 đồng mà 10 người ăn no. Chỉ cần 9,99 đôla bạn có thể mua được 10 chiếc bánh cuốn Mehico hoặc bánh ngô nướng, một xuất bánh đa ngô ngoài ra còn một miếng pisa Mehico. Còn chưa đủ ư! Thế thì hãy thêm vào 5 chiếc bánh ngô hoặc bánh cuốn, chỉ cần đưa thêm 3 đôla vẫn còn chưa hết, họ còn tặng thêm một tờ giảm giá để bạn có thể được hưởng miễn phí thuê 5 bộ phim của cửa hàng Block lusten gần đó”.

CÔNG TY BĂNG HÌNH BLOCK BUSTER

Block buster nghĩ rằng phải nhanh chóng bằng mọi cách quảng cáo về thẻ giảm giá cho khách

hàng. Gần đây đến công ty cho thuê xe tiết kiệm để thuê xe, có thể nhận được một tấm thẻ miễn phí thuê một băng hình. Nếu bạn là hội viên của một công ty hàng không nào đó bạn còn có thể được lựa chọn là: liệu bạn có muốn đổi lấy 2 tờ phiếu thuê băng hay là mong muốn tích lũy một số dặm trình bay.

CÔNG TY BÁCH HÓA DILLARD' S

Ngành bách hóa có khả năng đặc biệt dựa vào bán hàng khuyến mại để tăng cường doanh số, riêng chuỗi bách hóa Dillard's thì lại áp dụng hoạt động chủ trì cũng là một phương thức độc đáo trong kinh doanh. Một ví dụ gần đây là chương trình kết đôi vườn hoa, hóa trang "Hội bán hàng đặc biệt cuối tuần" cực kỳ phong phú, cái gì cũng có, từ các trò giải trí, âm nhạc, hóa mỹ phẩm và quà tặng miễn phí như nước hoa đặc biệt được đóng gói sẵn. Còn cung ứng loại đồ uống cũng có thể chơi rút thăm có thưởng, phần thưởng là vé vào cửa viện bảo tàng và hộp nước hoa trị giá khoảng 40 đôla, nếu 55 đôla trở lên còn được tặng hộp quà tặng bạc gốm miễn phí.

CÔNG TY BÁCH HÓA HEACHT'S

Công ty bách hóa Heacht's không cam chịu hèn kém đã đưa ra chương trình (pesfcet fit Week), tại

đây có các chuyên gia của hãng sản xuất và các chuyên gia đồ lót của công ty bách hóa này. Người tiêu dùng được tư vấn riêng. Các bạn mua áo lót phụ nữ tại đây đều được chuyên gia tư vấn kiểu dáng và đo trực tiếp kích cỡ để làm nổi bật những đường cong quyến rũ nhất của bạn, bạn còn được tặng một chiếc áo lót nữa.

ĐỀ XUẤT PHƯƠNG THỨC TRẢ TIỀN ƯU ÁI HƠN

Cửa hàng đồ dùng gia đình Willis Wayside lưu truyền câu nói “Dùng trước trả tiền sau” không phải là không có lý. Người tiêu dùng sẽ không biết mua những sản phẩm đơn giá cao, thường được quyết định bởi túi tiền của mình có đủ hay không? Ham thích mua bán không phải là căn bản, không phải là vấn đề. Biện pháp giải quyết của cửa hàng đồ dùng gia đình cao cấp Willis Wayside leang Virginia rất đơn giản: tiến hành tiêu thụ, tặng thêm phiếu ký nợ trong cửa hàng khi mục đích tiêu thụ là ưu tiên số lượng. Họ tự nguyện hy sinh lợi tức, có khi ngay cả khoản tiền hàng cũng tạm thời hy sinh, chỉ cần khách sử dụng phiếu ghi nợ của họ để tiêu dùng. Ví dụ như trong tháng 4 năm 1998 những sản phẩm bất kỳ mua bằng phiếu Willis, không chỉ không phải nộp trước khoản tiền đặt trước theo kỳ mà còn có thể được hưởng 1 năm miễn trả lãi hoặc đãi ngộ lãi suất đặc biệt.

CÔNG TY TRANG TRÍ NỘI THẤT VÀ DỤNG CỤ GIA ĐÌNH HORCHOW

Công ty trang trí nội thất và dụng cụ gia đình Horchow ở Palasi bang Texas chuyên bán đồ cao cấp nhưng vì phương án trả tiền có tính linh hoạt, nên ngay cả những khách hàng có eo hẹp về kinh tế cũng được phục vụ tốt. Khách hàng có thể trang hoàng gia đình và văn phòng với kế hoạch trả góp kéo dài 5 tháng với mức tiêu dùng thấp nhất là 250 đôla. Điều hay của phương án này là khách hàng chỉ trả lãi suất trên số dư nợ và không chịu thêm bất cứ dịch vụ phí nào.

CÔNG TY BÁCH HÓA BLOOMINGDALE'S

Một phương thức trả nợ đặc biệt do công ty bách hóa liên doanh Blooming dal's đưa ra là để cho người tiêu dùng tùy ý chọn mua hàng loạt những đồ gốm sứ, thủy tinh, sản phẩm bạc trắng. Biện pháp như sau: khách hàng mua hàng vượt quá 200 đôla thì có thể trong 12 tháng trả dần từng kỳ, những khoản tiền hàng này không chịu lãi suất tuyệt vời hơn nữa là những khoản nợ này tính riêng, hoàn toàn không ảnh hưởng đến số trên sử dụng đã ký nợ từ trước.

CÔNG TY ĐIỆN GIA DỤNG ĐỒ DÙNG GIA ĐÌNH ĐẮT TIỀN RELIABLE

Reliable cũng có những biện pháp tương tự để

tiến hành tiêu thụ đồ dùng gia đình và điện máy đắt tiền. Một số sản phẩm đặc biệt trong Cataloge với lãi suất 0% trong vòng 4 tháng. Ngoài ra còn đảm bảo làm khách hàng hài lòng: Nếu khách hàng không hài lòng với những sản phẩm này thì trong vòng 30 ngày có thể đem trả lại và được hoàn trả số tiền mua và còn được miễn phí vận chuyển khi trả lại hàng. Điều kiện hậu đãi như vậy thực sự đã làm cho người ta khó mà khước từ.

HIỆU SÁCH IGRAM

Bạn có hy vọng kích thích khách hàng nhanh chóng trả tiền để tăng thêm lưu lượng tiền mặt trong tay hay không? Thử xem “2% 10”, chiêu này thật xứng đáng khảo nghiệm và để kích thích khách hàng trả tiền đúng kỳ hạn. Những khách hàng nộp tiền thanh toán trước ngày 10 trong tháng Irgam cho được hưởng chiết khấu 2% ngoại ngạch. Như vậy người tiêu dùng mua được sản phẩm chỉ phải bỏ ra với giá thấp hơn nhiều, còn Irgam thì rút ngắn được thời gian vòng quay khoản nợ phải thu.

CÔNG TY BẢO DƯỠNG SÂN CỎ TRUGREEN-CHEMLAWN'S

Đương nhiên, tuyệt đối không nên quên hoa hồng cho người trả nợ trước kỳ hạn công ty Tru

green - Chem Lawn's đưa ra phương án dịch vụ trọn gói 7 lần mỗi năm. Nếu khách hàng trả tiền thanh toán cả năm thì có thể được ưu đãi chiết khấu 10%, trên giá trọn gói của dịch vụ, tổ chức hoạt động rút thăm có thưởng hoặc thi đua.

CÔNG TY DỊCH VỤ TIÊU THỤ TRỰC TIẾP YOYODYNE

Thế giới mang lấy rút thăm có thưởng để thi đua nhau lôi cuốn khách hàng không ngừng trở lại. Công ty dịch vụ tiêu thụ trực tiếp Yoyodyne (nay đã là Yahoo! Tất cả) đầu năm 1998 Ezvent uere đã được thiết lập, là một trang Web của chủ doanh nghiệp nhỏ và vừa khi quyết định tiêu thụ thưởng phải xét trên trang Web bằng phương thức thi đua nhau hàng ngày. Nó nắm được rất chắc các khách hàng, chủ đề thi đua đưa ra là vốn lưu động mà mỗi ông chủ doanh nghiệp nhỏ và vừa đều rất quan tâm và có nhu cầu. Khách hàng muốn vào trang Web này, thì chỉ cần hàng ngày nhẹ nhàng nhấn chuột hoặc thông qua thư điện tử, giới hạn là 1.000 lần. Phần thưởng lớn nhất là 10 vạn đôla. Đương nhiên bạn không có thêm phụ phí nào nữa.

TRANG WEB TIN TỨC MSMC

MSNBC giữ khách hàng trung thành với trang web của mình bằng cách hàng ngày bạn truy cập vào trang web này là có thể được tham gia cuộc thi

miễn phí, đồng thời còn có cơ hội nhận được tặng phẩm là một số dặm trình tích lũy. Mỗi tháng có một người may mắn nhận được 10 vạn dặm, mỗi ngày có một người may mắn nhận được 3 vạn dặm. Ngoài ra mỗi ngày còn có 10 cơ hội có thể may mắn thắng lớn 5000 dặm.

CÔNG TY PHẦN MỀM MICROSOFT

Để mở rộng cửa hàng ảo vừa mới khai trương, công ty phần mềm Microsoft cũng đã áp dụng những cách làm giống như vậy. Trước tháng 5 - 1999 lên mạng để chào hỏi khách hàng, hàng ngày ngày nào cũng có một cơ hội giành được phần mềm Microsoft trị giá tới 50 đôla. Nếu bạn gặp đúng dịp là khách hàng thứ 10 vạn trong ngày thì có thể nhận được một phần thưởng trị giá tới 1000 đôla. Dích thực là phương pháp này đã tăng nhanh số lượng khách hàng. Còn nhu cầu cho giá thành thì đối với phần mềm của hãng này chẳng là gì cả, nhẹ như lông hồng.

ĐÀI TRUYỀN HÌNH CÁP HGTV

Đài truyền hình cáp HGTV này lấy việc thiết kế trang hoàng trong gia đình và khuôn viên gia đình làm chính, trong năm trên trang Web đã đưa ra khẩu hiệu “Mở toang văn phòng trong mơ” (Pream House Giveaway) tạo ra một làn sóng

khách hàng thăm viếng trên mạng, thành tích rất nổi bật. Người lên mạng mỗi ngày có thể truy cập vào trang web này một lần. Hoạt động thi đua này tổng cộng đã thu hút được trên 4 triệu lượt người đến thăm. Chủ yếu là năm 1999, giải thưởng tổng cộng trị giá trên 60 vạn đôla, bao gồm một căn nhà trang hoàng lộng lẫy hoàn toàn mới, nằm gần bãi biển Flodia và một chiếc xe leo dốc cao cấp chuyển động cả 4 bánh rất hào hoa phong nhã.

HIỆU SÁCH TRÊN MẠNG AMAZON

Gần đây hiệu sách trên mạng Amazon phỏng theo tác phẩm kinh dị của tác giả nổi tiếng John Grisham cho ra đời “Cuộc đua tài luật sư thành phố (Sheet Lauoyer Couter) trị giá 25.000 đôla” đã thu được kết quả tuyệt vời. Điều hấp dẫn, lôi cuốn nhất của hoạt động này là người tham gia thi tài cho dù không thắng cũng có thể nhận được quà tặng điện tử bằng 5 đôla và có giá trị trong 15 ngày có thể tùy ý mua sách mà mình yêu thích. Kết quả và chính sách rất được ủng hộ, mỗi người đều là người thắng cuộc kể cả chính Amazon.

ÔTÔ THÔNG GENERAL MOTORS (GM)

Năm 1998 ô tô GMP đã đưa cho khách hàng sử dụng thẻ tín dụng “Vạn sự như ý”, suốt trong năm khách hàng có thể dùng thẻ này để rút thăm trúng

thưởng. Mỗi lần tiêu trên 25 đôla bạn sẽ tự động nhận được một chiếc xe tải hoặc ô tô hoàn toàn mới, phần thưởng thứ hai có 1000 người trúng mỗi người được một thẻ điện thoại dùng được 45 phút.

THẺ DISCOVERY

Trong hai tháng trước năm 1999 thẻ Discover đã triển khai ồ ạt hoạt động chúc mừng nghênh đón một thiên niên kỷ mới. Nó đã tự động đưa tất cả khách hàng vào thẻ nạp vào danh sách hoạt động rút thăm có thưởng. Phần thưởng đầu tiên đó là chuyến du lịch đến thành phố New York miễn phí, tham gia lễ hội chúc mừng năm 2000 trước quảng trường Thời đại, đồng thời tặng thêm giá trị thẻ Discover 200 đôla.

TẠP CHÍ "GIÁ TRỊ"

Nhà xuất bản tạp chí chắc đã vận dụng phương pháp chuyên gia rút thăm có thưởng. Để tranh thủ tỷ lệ đặt mua cho quảng cáo thành tích "nước lên thuyền nổi", họ hoàn toàn nhờ vào biện pháp này lôi cuốn tác giả. Năm trước, tạp chí "Giá trị" không chỉ giảm giá ưu đãi đến 50% để làm mồi cho việc đặt tiếp mà còn đưa ra hoạt động rút thăm có thưởng "nháy máy thành giàu" tiền thưởng đến 75.000 đôla, lại còn thêm một giáo trình dạy một trong 60 cổ vấn tài vụ nổi tiếng nhất nước Mỹ trực

tiếp giảng dạy. Người trúng thưởng có thể chọn bất kỳ vị cố vấn nào tâm đắc của mình, mọi chi phí đều do nhà xuất bản tạp chí chịu trách nhiệm, bao gồm cả vé máy bay.

CỬA HÀNG HOA NGHỆ THUẬT WILLIAMSBURG

Cửa hàng hoa nghệ thuật Williamsburg tạo ra một phong trào rộng lớn. Người trúng thưởng có thể được tặng những tặng phẩm: búp bê hình công chúa, đó là sản phẩm ra đời để kỷ niệm công nương Diana. Trên thị trường giá của nó lên đến 350 đôla, ngược lại giá thành thì chỉ có 6,99 đôla. Sau khi cho ra đời, khách hàng xếp thành hàng, báo chí địa phương đã đưa tin. Như vậy hiệu quả rất tốt mà hãng thì hầu như không tiêu tốn đồng nào.

CÔNG TY PEPSICOLA

Năm 1998 Pepsi Cola ở Charlotte bang Bắc Carolina tổ chức chúc mừng công ty tròn 100 tuổi, đồng thời cũng tìm cách tranh thủ thu hút khách hàng mới của đồ uống Pepsi một thế hệ hoàn toàn mới. Họ đã hợp tác với hơn 130 nhà hộ sinh trong vùng, đưa trẻ mới sinh đầu tiên trong năm ở các nhà hộ sinh đều nhận được một cổ phiếu của công ty Pepsi. Còn những trẻ mới sinh khác cũng không đến nỗi bị đối xử lạnh nhạt. Những đứa trẻ sinh ra vào năm mới đều nhận được một suất quà tặng

trị giá 100 đôla.

THỜI BÁO RICHMOND

Nếu không tham gia thi tài thì làm sao bạn có cơ hội thắng cuộc? Nhưng nghĩ lại có thể đến hàng trăm vạn người tham gia. “Thời báo Richmond” (The Richmond Times-Dispatch) đã nắm được tâm lý này để nghĩ ra một sáng kiến cạnh tranh hoàn hảo: “Cơ hội trúng thưởng thứ 2”. Mỗi ngày chủ nhật, họ sẽ mang 6 vé trúng thưởng công bố tại các quảng cáo trên các báo. Nhưng còn những số không trúng thưởng còn có thêm hai vé trúng thưởng bổ sung, sẽ công bố trên cột quảng cáo báo chí không vào ngày cuối tuần. Nếu đúng vào số của bạn, đem tờ thưởng gửi trả lại, mỗi một tuần lễ, nhà báo sẽ rút ra từ trong đó hai người trúng thưởng: tiền thưởng người thứ nhất là 5000 đôla còn người kia là 1000 đôla.

SOCOLA GODIVA

Công ty Socola Godiva của Bỉ, chi nhánh của “Campbell Soup Company” đương nhiên không muốn bỏ qua mùa tiêu thụ mạnh Socola là ngày lễ tình yêu. Để làm cho người tiêu dùng an tâm về nhân mác thương phẩm này công ty này đã cho ra đời hoạt động rút thăm có thưởng trong năm, làm cho giá thầu của một hộp Socola Godiva rẻ hơn

nhiều so với bình thường. Chỉ cần mua một hộp Socola có tiêu chí đặc biệt thì sẽ có cơ hội nhận được một phần thưởng lớn. Phần thưởng đặc biệt là một chiếc nhẫn kim cương 7 cara, mà có đến 1000 người được thưởng, phần thưởng là một đôi hoa tai kim cương.

CÔNG TY HALLMERK'S GOLD

Dù thế nào chăng nữa người ta cũng không thể nào quên được ngày “lễ của mẹ”. Céri của Công ty đã tìm được đối tác. Liên minh là Hãng hàng không liên hợp (United Airlines). Tổ chức rút thăm có thưởng “Ca tụng người mẹ”, tranh giành thị trường quà tặng trong ngày lễ lớn bằng thẻ.

Người thắng có thể được hai vé máy bay cứ hồi đến bất kỳ một nơi nào ở nước Mỹ. Điều đó rất hợp lý, vì phần lớn mọi người nếu muốn đến thăm mẹ mình thì cũng chỉ ở trong phạm vi này thôi.

CỬA HÀNG LIÊN DOANH VẬT DỤNG NGOÀI TRỜI

Nhà Blue Ridge Mountain Sports, cũng lấy phương thức rút thăm có thưởng để lôi cuốn khách hàng có tính mạo hiểm. Người trúng thưởng có thể được hai vé máy bay tham quan tại miền Nam Chilê và Achentina, vùng Patagonia xinh đẹp. Cách thức tham quan thật đơn giản: bạn không cần phải chi

đồng nào, chỉ cần đến cửa hàng của họ là được.

SIÊU THỊ UVC

Có thể nói là thị trường siêu thị cũng đã phát huy các sách lược rút thăm có thưởng một cách tinh tế, sâu sắc.

Để kích thích người tiêu dùng sử dụng nhiều hơn nữa thẻ UVC, đồng thời tỷ suất vòng quay của một số thương phẩm nhanh chóng hơn, mỗi tháng họ đều tổ chức rút thăm có thưởng. Tháng 2 năm 1999, người tiêu dùng cầm thẻ này mua những sản phẩm được chỉ định, ngay sáng đó nhận được thẻ tham gia rút thăm có thưởng. Cơ hội miễn phí chuyển bay cho hai người cùng đi xem thi đấu giải bóng rổ nam các trường đại học nước Mỹ tại St. Peterlourg. Đồng thời, để nâng cao số người tiêu dùng quan tâm xem trang web của họ, siêu thị này cũng tổ chức một hoạt động rút thăm có thưởng trên mạng gọi là “Siêu thị đại mở cửa”, chỉ cần bạn là người cầm thẻ khách hàng, truy cập vào trang web này là có quyền được tham gia. Hạn mức thưởng cho 10 người, mỗi người có thể được 1000 đô la.

HỆ THỐNG SIÊU THỊ FOODLION

Foodlion ở Salirbyry bang phía bắc Carolina cũng không chịu thua kém. Nếu người tiêu dùng

sử dụng thẻ kỳ mở của công ty mua hàng, thì lập tức được đưa vào danh sách rút thăm có thưởng. Giải thưởng lớn là 1 triệu đô la. Người tiêu dùng cứ tiêu đi 1 đô la, thì sẽ có quyền rút thăm có thưởng. Một lần mua các sản phẩm quy định sẽ có 10 cơ hội trúng thưởng ngoại ngạch. Mỗi người cầm thẻ có thể tích lũy tối đa số lần rút thăm có thưởng đến 200 lần. Cơ hội trúng thưởng không thể sánh được nhưng giá thành so sánh tuyệt đối có thể tính ra được.

NGÂN HÀNG QUỐC GIA

Ngân hàng quốc gia (National bank) trước đây không lâu đã sát nhập với ngân hàng Mỹ Quốc, lấy việc rút thăm có thưởng “thời khắc thần kỳ” của năm 1998 làm cơ sở. Trong thời kỳ triển khai hoạt động quảng cáo quan trọng, liên tục trong vòng hai tháng liền, mỗi ngày đều có “thời khắc thần kỳ”. Chỉ trong giây phút này, bạn chỉ cần mua hàng bằng Visa của ngân hàng quốc gia, bất kể kim ngạch nhiều hay ít, toàn bộ đều miễn phí.

ÔTÔ BUICK

Một hoạt động rất gần đây của hãng General Mortor khiến cho người tiêu dùng có ý định mua xe Buick phải xếp hàng rồng rắn. Trong vòng 45 ngày, mỗi ngày họ đều đưa ra một bộ xe mới. Khách

hàng có thể lấy ở cửa hàng đại lý Buick hoặc bằng điện thoại hoặc qua mạng sưu tầm. Điều kiện rút thăm có thưởng đăng trên phụ trương của các tờ báo và tạp chí. Sau đó, hàng ngày mang tờ điều kiện và số hiệu đến bất kỳ cửa hàng ô tô Buick nào xem mình may mắn được thưởng một chiếc xe mới hay không.

HỆ THỐNG CỬA HÀNG GIÀY THỂ THAO

FAST FOR FEET

Cửa hàng giày thể thao Fast For Feet dùng sân bóng rổ, cùng điểm tâm, băng ghi hình thể thao để mời chào khách hàng. Tháng 4 năm 1999, họ đã sử dụng trò xiếc ghép tranh để đẩy mạnh tiêu thụ giày thể thao thế hệ DMX Reebok. Khách hàng cứ đi thử giày thể thao thế hệ này tại cửa hàng đều nhận được món quà là bức tranh ghép. Có hàng triệu giải thưởng hấp dẫn đủ khiến cho người trúng thưởng mua hết giày thể thao thế hệ mới đang nằm đầy kho.

HỆ THỐNG CỬA HÀNG ĂN NHANH MAC DONALD

Một trong những cuộc thi do Mac Donald nghĩ ra là trò chơi “Đại triệu phú” còn lưu truyền mãi.

Toàn bộ phương thức cuộc đua thực sự bao gồm: cơ sở chơi, nhà đất, sản vật, tiền thưởng...

Muốn lấy được những tặng phẩm này, người tiêu dùng nhất thiết phải mua bữa ăn chỉ định của cửa hàng. Những tặng phẩm này có thể đổi thành tiền mặt hoặc thức ăn miễn phí mà bạn nhận được, hoặc thậm chí biến bạn nhất thời thành triệu phú.

NGHIỆP ĐOÀN THỊ PHẨM TRICON GLOBAL

Tricon Global là công ty mẹ của Takbell, Pizza thịt và KFC. Công ty này đã chinh đón lại, tổ chức cuộc đua “đại chiến giữa các vì sao” tại cả hai hãng nói trên. Chủ nhân là những người trong công nghiệp điện ảnh đều trở thành một bộ phận của trò này, trong đó bao gồm các loại thưởng tại chỗ. Một khi sưu tập toàn bộ hoàn chỉnh sẽ có cơ hội thắng bằng tiền mặt một triệu đô la. Vận may này chỉ dành cho 3 người.

CỬA HÀNG KÍNH MẮT SUNGLAS HUT

Gần đây Sunglas Hut đã có một đợt xúc tiến tiêu thụ bằng chiêu thức trúng thưởng. Vì mùa hạ đang đến gần, công ty sẽ gửi đi cho người tiêu dùng một bưu thiếp trong đó nói rõ, nếu khách mua một cặp kính mắt Ray-Ban Killer Loop hoặc Revo, tặng phẩm miễn phí ngay tại cửa hàng là một tấm thẻ

tham gia thi đấu. Tặng phẩm bao gồm chuyến du lịch triển lãm ảnh khảm thành để cho bạn tùy ý khoe cặp kính mới.

BÁCH HÓA ĐỒ DÙNG ĐIỆN GIA DỤNG

BEST BUY

Đĩ nhiên Best Buy không hy vọng khách hàng chỉ mua chiếc Cravat, cho nên họ đã nghĩ ra quà tặng sinh nhật dành cho bố, đã tổ chức một “hoạt động rút thăm có thưởng cho bố bằng kỹ thuật số”. Chỉ cần đăng ký trên mạng là sẽ có cơ hội, vì bố mình mà dành được một trò chơi kỹ thuật số để cho bố mình một ngày nào đó phải kinh ngạc vì vui sướng, đến cửa hàng Best Buy gần nhà bạn nhất mà lấy hàng.

CÔNG TY DẦU MỠ MOBIL VÀ CÔNG TY HÀNG KHÔNG MỸ QUỐC

Hai công ty này đều muốn cho khách hàng thường xuyên của mình đến bơm dầu tại trạm bơm dầu Mobil, họ nghĩ ra một phương pháp là: chỉ cần đến bơm đầy dầu ở Mobil, thì có thể tham gia trò chơi “Thi đấu và chiến thắng”, lập tức thưởng ngay tại chỗ. Các hạng mục thưởng bao gồm chuyến

bay tối đa trên 1 vạn dặm, hoặc vé máy bay cứ mỗi một trong 1300 tuyến hàng không của công ty hàng không Mỹ quốc. Loại thứ hai là “Sưu tập dặm trình” (Collect for Miles) góp đủ 5 tờ thẻ trò chơi đổi lấy số dặm trình.

Khách hàng hữu ý tất nhiên phải mang thẻ trò chơi gửi trả lại để được tham gia trò chơi.

Phần thưởng đặc biệt là có thể đi máy bay của hãng hàng không Mỹ quốc miễn phí. Phần thưởng dành cho 5 người, mỗi người đi du lịch một tuần trong kỳ nghỉ, có thể kèm theo hai người nữa.

VIỆN ĐIỆN ẢNH AMC HAMPTON TOWN CENTRE 24

Đương nhiên, đừng có quên một triệu khách hàng may mắn. AMC Hampton Town Centre 24 là viện điện ảnh lớn nhất của bang Virginia, một năm có thể thu nhận thêm 1 triệu khách hàng. Viện này trước đó đã tuyên bố có thể tổ chức hoạt động đó hàng tháng. Một triệu khách hàng đầu tiên được thưởng đã nhận được phần thưởng bao gồm được xem 24 bộ phim miễn phí, phiếu mua quà tặng miễn phí kể cả các sản phẩm có liên quan đến điện ảnh.

CÔNG TY ĐIỆN TÍN 10-10-345

Từ trước tới nay, thị trường dịch vụ điện thoại đường dài luôn cạnh tranh khốc liệt. Khi gọi đến

số 10-10-345 bạn sẽ dành được thắng lợi bất ngờ, đa số khách hàng có riêng cảm tình với họ. Người tiêu dùng mỗi khi gọi thông điện thoại đều sẽ có cơ hội dành được giải thưởng lớn một triệu đôla tiền mặt, còn những tặng phẩm khác không thể chê vào đâu được, gồm có: vé máy bay khứ hồi, sản phẩm máy điện, thẻ điện thoại v.v...

CÔNG TY SARA LEE

Nếu kết hợp việc rút thăm có thưởng và hoạt động thúc đẩy tiêu thụ quy mô lớn lại với nhau, thì sẽ phát huy được hiệu quả rất cao. Năm 1997, công ty Sara Lee bỏ tiền tài trợ cho công ty Hanes bằng chiêu thức “Giấc mơ hoang dã” (Wilde’st Druams) của hội diễn lưu động Bắc Mỹ Tina Twner. Đồng thời, họ cũng ký với “Yaoguntianhau” làm người phát ngôn của sản phẩm. Thật vậy, ngôi sao âm nhạc cùng với đoàn diễn đã được lấy làm trung tâm để đưa ra hàng loạt các hoạt động thi tài. Ví dụ như họ đã tổ chức những cuộc thi hát tại bách hóa Macy’s, mời khách hàng cùng lên sân diễn. Người đoạt giải quán quân có thể được đi tham quan Dina miễn phí, được tham gia hội diễn ca nhạc tổ chức tại Radio Gty Music Hall. Các cách thức này quả nhiên là rất hiệu quả, số lượng quần và tất bán ra trong ngày của Macy’s đã tăng lên 42%.

CỬA HÀNG ĐỒ DÙNG GIA ĐÌNH WILLIS WAYSIDE

Để cho người tiêu dùng tự mình lựa chọn chất lượng tặng phẩm, thế nghĩa là thế nào? Người bán hàng đồ dùng gia đình Willis Wayside thường xuyên tổ chức định kỳ cái gọi là hoạt động kích thích tiêu thụ “tự đáy lòng tôi”. Đó là một cách tặng thưởng do khách hàng làm chủ, có thể chọn bất kỳ mặt hàng gì yêu thích nhất trong cửa hàng để làm phần thưởng, sau đó đăng ký gia nhập vào cuộc bốc thăm có thưởng để thử vận may. Nếu bạn không trúng thưởng thì có thể mang về nhà dùng, chỉ phải trả tiền bằng giá mua chiết 5%. Nếu may mắn bạn trúng thưởng thì khỏi phải nói, cửa hàng sẽ trả lại toàn bộ số tiền đã bỏ ra.

PHẦN 3

HÃY ĐÁNH VÀO ĐIỂM CHUNG ĐÓ LÀ VÌ LỢI ÍCH CỦA NHỮNG NGƯỜI CÙNG SỞ THÍCH

Tâm lý chung ai cũng muốn có những người bạn có cùng sở thích. Hai người có thể tìm thấy rất nhiều điều thú vị khi họ cùng trao đổi về một sở thích nào đó, chẳng hạn như mua sắm, và đặc biệt khi họ cùng thích một mặt hàng nào đó.

Chính vì vậy, việc thành lập hội những người có cùng sở thích là việc rất có ý nghĩa đối với quá trình tuyên truyền, quảng cáo cho sản phẩm của một công ty. Đó chính là dịp mọi người nâng cao giá trị sản phẩm của công ty. Ví dụ, việc có rất nhiều người cùng ưa thích loại búp bê Beanie Babies đã nâng cao giá thành của loại búp bê này. Nguyên nhân sâu xa của nó chính là vì những người ưa thích loại búp bê này cảm thấy rất vui khi cùng nhau trao đổi về chúng. Sự trao đổi giữa những người có cùng sở thích đôi khi còn tạo thành

một trào lưu tiêu dùng. Chính vì thế mà loại xe Harley - Davidson luôn được mọi người tin dùng.

Sự trao đổi giữa những người có cùng sở thích đã biến việc mua bán thuần khiết thành cơ hội giao lưu. Ngoài ra, nó còn làm cho khách hàng càng gắn bó với nhà sản xuất hơn. Tình cảm đó là rất đáng quý và có thể lưu truyền mãi mãi.

1. Xe hơi Harley - Davidson

Mọi người, ai cũng biết đến danh tiếng của loại xe hơi Harley - Davidson. Nếu không tin, bạn có thể hỏi bất cứ ai xem họ có thích các loại xe của các hãng khác không? Câu trả lời chắc chắn là không. Xe hơi Harley - Davidson phù hợp với những người có gia đình có thu nhập hàng năm từ 60.000USD trở lên.

Khách hàng rất ưu chuộng xe hơi Harley - Davidson. Mọi người rất quen thuộc với các kiểu dáng của xe hơi Harley - Davidson. Đặc biệt là loại có dạng thấp, tiếng động cơ êm. Những năm thập niên 70, hãng này tưởng chừng như sẽ bị phá sản, nhưng hiện nay đã thực sự khởi sắc và chiếm được lòng tin của khách hàng.

Nếu bạn mua một chiếc xe bất kỳ của hãng, bạn sẽ được tham gia câu lạc bộ Harley Owner's Group, HOG miễn phí một năm. Thành viên của câu lạc bộ sẽ được tham dự các hoạt động (HOG) do hãng

tài trợ. Trong vòng một năm trở lại đây các hoạt động do Hãng tổ chức đã thu hút gần 400.000 hội viên tham dự. Kể từ năm thứ hai các hội viên sẽ phải đóng 35USD tiền hội phí một năm. Mới đây, theo điều tra của chúng tôi đã có 360.000 hội viên tham dự các hoạt động của hội. Hiện nay, các kiểu xe mới, các đồ trang sức, đồ chơi, nước hoa của hãng được khách hàng rất ưu chuộng và bán rất chạy.

2. Hãng xe hơi star

Ngay từ khi mới ra đời, loại xe hơi thông dụng sturn luôn lấy tôn chỉ phục vụ cả gia đình bạn, làm cho gia đình bạn thực sự gần nhau hơn. Hàng năm, công ty thường tổ chức các hoạt động mang tên Saturn tại Điền Nạp. Những khách hàng đã mua xe của công ty có thể đưa cả gia đình đến đây thưởng thức ca nhạc, liên hoan, thăm quan.

3. Hãng Xe hơi Volkswagen

Tại Đức, các chủ xe Volkswagen được tham gia câu lạc bộ hội viên miễn phí. Hàng ngày, trung tâm phục vụ của hãng đều làm việc và cung cấp một số dịch vụ cho khách hàng như: chỉ đường, đặt vé, làm thẻ... và một số hoạt động vui chơi có thưởng khác. Số tiền bảo dưỡng, thay phụ tùng nếu vượt quá 50USD thì chủ xe sẽ được thưởng điểm. Số điểm này sẽ được tính vào chi phí phục vụ (chỉ đường, đặt vé, làm thẻ...) hoặc 100 điểm

đổi lấy USD.

Các chủ xe Volkswagen ở Bắc Mỹ cũng được tham gia một câu lạc bộ ở Mỹ. Hội viên sẽ được hưởng các quyền lợi như: tặng một thẻ điện thoại đường dài có thời lượng 30 phút, một áo phông, một tấm bản đồ, sổ tay du lịch, thẻ tín dụng...

* *

*

HÃNG ÔTÔ TAMULLE CLAIHLE

Chi nhánh xe Jcep dưới thương hiệu của hãng ô tô Tamulle Claihle mỗi năm một lần tổ chức hội trại xe Jcep thời gian ba ngày hai đêm cho các chủ xe, người thuê và bạn bè của họ. Hội trại lần thứ 5 năm 1999 tổ chức tại sườn núi Blue bang Virginia, mỗi chiếc xe Jcep thu phí 225 đôla (trong đó gồm có tất cả những người tham gia hội trại), nội dung bao gồm các hoạt động dã ngoại như: xe truyền động 4 bánh, du ngoạn trên thuyền, đi câu bằng mồi ruồi... hoàn toàn làm cho những người yêu thích xe Jcep hài lòng và rất say sưa nữa!

CỬA HÀNG KÍNH WATER FORD

Cửa hàng kính Water ford muốn chiếm lĩnh thị trường toàn cầu, nhưng các biện pháp kinh doanh

của họ thường bị các cửa hàng khác bắt trước. Họ thành lập Waterford society và tập trung toàn bộ những người yêu thích sản phẩm của họ vào đó. Hàng năm, những người này phải đóng 45 USD và được hưởng rất nhiều ưu đãi. Một người có thể được nhận một chiếc bình hoa trị giá 65USD làm bằng thủ công tập san Waterford Reflections và tham gia nhiều hoạt động khác.

CÔNG TY GỐM HEREND PORCELAIN

Công ty gốm Herend Porcelain của Hunggari đã thành lập hội Herend Guild cho các nhà sưu tầm đồ gốm của họ: sau khi đóng đủ tiền hội phí, các thành viên được cung cấp các sản phẩm gốm mới của Công ty và được tặng báo giới thiệu về các sản phẩm mới của công ty.

CÔNG TY MỸ NGHỆ ENESCO

Điều này nghe như có vẻ nực cười, nhưng có lúc bạn buộc phải từ chối những yêu cầu của khách hàng. Mặc dù sản phẩm Precious Moments - một mặt hàng rất được người tiêu dùng ưa chuộng đã tiêu thụ hết, nhưng công ty Enesco kiên quyết không sản xuất thêm. Việc không đáp ứng nhu cầu của khách hàng mà hướng họ sang sản phẩm mới của công ty Enesco thực sự là một thủ pháp kinh

doanh và đã thu hút được sự chú ý của khách hàng đối với sản phẩm mới của công ty.

CÔNG TY SẢN XUẤT ĐỒ CHƠI TY

Cũng giống như công ty sản xuất đồ chơi Beanie Babies, gần đây Công ty sản xuất đồ chơi TY cũng làm ăn rất phát đạt và đã thu về hàng tỷ USD. Nhưng quy mô sản xuất lại không được mở rộng. Điều này đã tạo ra những cơn sốt giả tạo. Nhưng cũng chính vì thế mà công việc kinh doanh của Công ty luôn bận rộn.

NHÀ MÁY KẸO BẠC HÀ PEZ

Năm 1927, nhà khoa học Eduard Hass sáng chế ra loại kẹo bạc hà PEZ dành cho những người hút thuốc. Thật không ngờ loại kẹo này được mọi người rất ưa thích, đồng thời sản phẩm PEZ - heads cũng được khách hàng rất yêu thích. Nhờ hai loại sản phẩm này mà nhà máy ăn lên làm ra. Do được đông đảo người tiêu dùng yêu thích và ủng hộ, hàng năm lợi nhuận của nhà máy liên tục tăng cao, mỗi năm tiêu thụ khoảng 3 tỷ thùng kẹo.

CỬA HÀNG RƯỢU NHO POTTERY WINE & CHESE

Cửa hàng rượu nho Pottery Wine & Cheese đã thành lập câu lạc bộ dành cho những người sành

rượu. Với hội phí 300 USD một tháng, cửa hàng sẽ tặng các hội viên hai bình rượu mà họ chuẩn bị đưa ra bán ngoài thị trường. Ngoài ra, khi mua bất kỳ loại rượu nho nào khác, các hội viên đều được giảm giá.

CÔNG TY CHUYÊN CUNG CẤP THIẾT BỊ GIẢI TRÍ REI

REI không phải là công ty dịch vụ giải trí bình thường như các công ty khác. Trong công ty có một con đường riêng để đi thử xe đạp; có một căn phòng để kiểm tra các vật liệu chống thấm; thậm chí có cả một cái ao tù để kiểm định khả năng làm sạch nước của máy khử nước thải. Công ty chuyên chở hàng hóa REI do nhóm các nhà leo núi cự phách thành lập năm 1938. Hiện nay, Công ty có 1400 thành viên. Chỉ cần đóng 15 USD tiền hội phí, mỗi năm hội viên sẽ được hưởng 10% doanh thu, quan trọng hơn các hội viên có quyền tham gia bầu Hội đồng quản trị. Điều quan trọng nhất là chính các hội viên đã giúp cho công ty tồn tại và hoạt động lâu dài, và hàng năm công ty được hưởng hơn 500 triệu USD tiền bảo hiểm.

CÔNG TY CUNG CẤP THIẾT BỊ GIẢI TRÍ HUDSON TRAIL OUTFITTERS

Chưa hẳn chỉ có các doanh nghiệp mới biết làm kinh tế, Công ty cung cấp dịch vụ giải trí Hudson

Trail Outfitters của thành phố Rock Ville chuyên cung cấp cho khách hàng các dịch vụ như hoạt động dã ngoại, các dịch vụ giải trí trong nhà. Các loại hình giải trí này thực sự đem lại cảm giác thoải mái, vui vẻ cho mọi người.

CỬA HÀNG MÁY TÍNH GIA ĐÌNH RESTORATION HARDWARE

Chỉ cần một chút có tính toán cũng có thể tận dụng được các lợi thế của mình. Bằng phương thức bán hàng theo hóa đơn, cửa hàng máy tính gia đình Restoration Hardware đã thực sự tranh thủ được tình cảm của khách hàng. Cửa hàng này có hơn 900 mặt hàng điện tử khác nhau. Chủ cửa hàng và CEO Stephen Gordon đã cung cấp các bài giới thiệu về đặc điểm, xuất xứ của từng sản phẩm. Những bài giới thiệu này đã thực sự gây được sự chú ý của khách hàng, không chỉ mua hàng đơn thuần mà còn có cảm giác như được sống lại cùng với những kỷ niệm đẹp của chính mình.

NHÀ CUNG CẤP PHẦN MỀM INTUIT

Bản thân mỗi sản phẩm cũng có sức hấp dẫn đối với khách hàng, chẳng hạn đối với các nhà cung cấp phần mềm, giá thành của sản phẩm càng cao thì càng chứng tỏ tính ưu việt của sản phẩm đó đối với các sản phẩm cùng loại khác. Với hình thức liên hệ trực tiếp với khách hàng, nhà cung cấp

phần mềm Intuit đã rất thành công trong quá trình tiêu thụ sản phẩm của hãng. Hãng luôn chủ động liên hệ với khách hàng trước khi đưa các phần mềm ứng dụng mới ra thị trường. Người tiêu dùng có thể được hưởng khuyến mại và nhận quà tặng ngay từ khi sản phẩm bắt đầu tung ra thị trường.

CỬA HÀNG BÁN SINH VẬT NUÔI WILD BIRDS

Cửa hàng Wild Birds luôn biết cách duy trì quan hệ với khách hàng. Ngoài những hiểu biết về chuyên môn, sở thích của các loài chim, cửa hàng giúp những người yêu chim có cơ hội tìm hiểu nhiều hơn về các loại chim. Cửa hàng luôn khuyến khích các hoạt động tuyên truyền và ngắm chim như: đi bộ, diễn thuyết du lịch... cửa hàng thường tổ chức các cuộc thăm quan dọc bên sông James và trong công viên Point of Rocks. Trong quá trình du ngoạn, các du khách còn được nghe bài phát biểu về cách thức chăm sóc nuôi dưỡng các loài chim.

CỬA HÀNG KINH DOANH XE HƠI HUTCHENS

Cửa hàng kinh doanh xe hơi Hutchens ở thành phố Newport - News đã xóa tan các hoài nghi của mọi người đối với các loại xe hơi mới. Họ thường xuyên tổ chức và tích cực cổ vũ các chủ xe tham gia các hoạt động “Để chúng tôi hiểu bạn hơn”. Tham dự các chương trình kiểu như vậy bạn có

thể được nhận quà, ngoài ra còn được giải đáp mọi thắc mắc liên quan đến xe như chế độ bảo dưỡng, độ an toàn, chế độ bảo hành... Tất cả đều diễn ra trong bầu không khí hết sức vui vẻ, thân mật, chính vì vậy cửa hàng Hutchens đã chiếm được lòng tin của khách hàng.

CỬA HÀNG TRANG PHỤC THỂ THAO BIG DOG

Cửa hàng bán lẻ quần áo thể thao Big Dog của hãng Santa - Monica có thương hiệu là một chú chó có chiếc lưỡi đỏ. Biết rằng có rất nhiều người thích các loại quần áo này, cho nên họ đã tổ chức thành câu lạc bộ Big Dogs. Hàng năm, mỗi hội viên phải đóng 15USD tiền hội phí và được hưởng các chế độ ưu đãi như: được tặng một bức tranh hoặc một chiếc khăn tay, được thông báo sớm khi có mặt hàng mới được tung ra thị trường, được hưởng triết khấu khi mua hàng... Ngoài ra nếu đóng thêm 3USD sẽ được tham gia quỹ không tính lãi Big Dog và trở thành hội viên câu lạc bộ Top Dog.

YAHOO

Ông Seth Godin phó ban bán hàng qua Yahoo đã đồng ý cho phép tiếp thị sản phẩm qua Yahoo. Doanh nghiệp có thể thỏa thuận với khách hàng theo 5 bước:

1. Tạo điều kiện để khách hàng có thể tham gia

như thông qua bốc thăm hoặc bằng thư điện tử.

2. Sau một thời gian, để khách hàng tiếp cận với doanh nghiệp.

3. Tạo điều kiện thuận lợi để đạt được thỏa thuận giữa hai bên.

4. Tiếp tục tạo điều kiện để có được thỏa thuận giữa hai bên.

5. Chuẩn bị tốt để thực hiện thỏa thuận đã đạt được.

CỬA HÀNG KINH DOANH SẢN PHẨM SỮA STEW LOUARD'S DAIRY STORE

Do có thái độ phục vụ tốt đối với khách hàng nên tiếng tăm của cửa hàng sữa Stew Louard's Dairy Store ở thành phố Norwalk ngày càng được nhiều người biết đến. Một trong những cách để khuyến khích khách hàng của họ là trưng bày các đề can, ảnh của cửa hàng. Nếu bạn có tấm ảnh về chiếc túi của cửa hàng thì cửa hàng sẽ đưa ra trưng bày. Sau khi biết được thông tin này, mọi người đua nhau đeo túi của cửa hàng đi du lịch để có thể tham dự triển lãm ảnh sưu tầm. Như vậy, một cuộc triển lãm về những chiếc túi đã từng được đi "du lịch" khắp thế giới đã được tổ chức.

CÔNG TY BÁCH HÓA J.C.PENNEY

Chiếc thẻ thanh toán đã giúp bạn tham gia đời

sống chung của Công ty bách hóa J.C.Penney của Mỹ thường bán hạ giá cho những khách hàng có thể thanh toán. Mới đây, trong một cuộc hội chợ, tất cả các mặt hàng đều được giảm giá, nhưng những người có thể thanh toán của công ty này sẽ được giảm giá thêm một mức nữa.

THIẾT LẬP GIÁO DỤC CỘNG ĐỒNG

VARIAN ASSOUATES

Giáo dục là một công cụ hữu hiệu để thiết lập nên một tập thể cộng đồng. Bộ môn nghiên cứu thiết bị, cộng hưởng từ trường hạt nhân (NMR) của Varian Assouates thuộc thành phố Palo Alto đã thông qua mạng internet cùng với một nhóm các nhà khoa học lão luyện trên toàn cầu, sáng lập ra một tập thể chuyên sử dụng máy móc và thiết bị, cộng hưởng từ trường hạt nhân quang phổ. Các thiết bị này chủ yếu dùng để phân tích các kết cấu phân tử. Giá thành của nó tương đối cao, vào khoảng 2,5 triệu USD. Nó có tác dụng trợ giúp khách hàng xử lý mạng, bao gồm, cung cấp các thông tin điện tử, trợ giúp và liên kết mạng. Nó giúp cho những người tham gia có thể liên hệ trực tiếp với nhân viên của NMR cũng như với các vị khách hàng khác để hỗ trợ lẫn nhau.

THẾ HỆ Y TẾ ĐIỆN TỬ GEMS

Thế hệ y tế điện tử được thiết lập do một hãng chuyên sản xuất các máy móc, thiết bị điện tử dùng trong y học mới đây đã sáng lập ra Tip - TV nhằm tăng cường sự gắn kết cũng như lòng trung thành của khách hàng là các bệnh viện, phòng khám. Đối với hãng Tip từ viết tắt của (Training in patient - ship) có nghĩa là, huấn luyện tổng hợp nhằm giúp cho khách hàng đạt hiệu quả cao hơn trong quá trình tập luyện và sử dụng các máy móc thiết bị của GEMS. Bằng cách phát lên trên sóng vô tuyến: những bản hướng dẫn tập huấn, được quay ngay tại hiện trường thông qua hình thức huấn luyện có thu phí đó, khiến cho tổ chức của nhân viên y vụ không ngừng được nâng cao. Đồng thời còn giúp cho GEMS bảo trì mối tiếp xúc một thiết bị với khách hàng.

CÔNG TY KINH DOANH QUA BƯU ĐIỆN ORVIS

Được thành lập từ năm 1856, Orvis đã trở thành công ty kinh doanh qua đường bưu cục có thâm niên lâu đời nhất tại nước Mỹ. Và cho đến nay, họ đã cho thành lập nên các trường dạy Câu và Săn bắt trên phạm vi toàn nước Mỹ. Mục đích muốn cho khách hàng có cảm nhận sâu sắc về những công cụ đánh bắt tiên tiến của họ hữu dụng như thế nào. Khóa trình đó đã được thiết lập nên từ năm

1968. Từ đó thu hút được một lượng khách hàng mới ổn định. Những trường học này đã chuyển mình biến thành những trung tâm gặt hái lợi nhuận.

NHÀ XUẤT BẢN QUAD/GRAPHICS

Nhà xuất bản lớn Quad/Graphics, đã dành ra 3 ngày để tổ chức các khóa trình giáo dục miễn phí được định kỳ vào khoảng tháng 4 tháng 5 hàng năm. Nhằm tạo ra một nguồn khách cơ bản cho mình, với kim ngạch kinh doanh 1,2 tỷ USD. Nhà xuất bản này đã thông qua cái gọi là (Camp Quad) để hướng dẫn cho khách hàng hiểu rõ các sản phẩm mới của mình. Cũng như quá trình xuất bản ra chúng.

CÔNG TY NỘI THẤT GIA DỤNG LOWE'S

Tập thể DIY đã trưởng thành một cách nhanh chóng. Họ cũng ngừng tìm tòi, học hỏi sự chỉ giáo của các bậc cao nhân tiền bối, và họ cũng mong đợi sự xuất hiện ngày càng nhiều của những công ty đồ dùng tu bổ gia cụ nội thất ưu tú như (Lowe's). Là một doanh nghiệp đứng thứ hai ở Mỹ, mỗi tuần Lows, đều tổ chức giới thiệu những thành quả tu bổ mới cũng như những công cụ thao tác tại hiện trường và đã thực sự thu hút được một lượng những khách hàng ưa thích hoạt động chân tay. Hoạt động phục vụ này không những miễn phí mà

gần đây còn thêm vào một số hạng mục mới nhằm làm phong phú nội dung, bao gồm: lắp đặt bình nước nóng, giấy dán tường, quy hoạch không gian cho đến cả những công cụ làm mẫu tại hiện trường Stanlef và máy cắt cỏ Tryo - Bilt.

HÃNG LẮP ĐẶT THIẾT BỊ THÔNG TIN AMP

Vì muốn thông qua phương án liên tiếp thiết kế và lắp đặt trên mạng (Netconnect Design and Installation. NDI) để nhằm phân phối sản phẩm của mình. Hãng lắp đặt linh kiện thông tin AMP đã cố làm nổi bật lên danh hiệu vốn đã rất được ngưỡng mộ của mình, trong quá trình bao thầu cho khách hàng. Đối tượng chủ yếu của NDI là những khách hàng quan trọng của AMP và để nuôi dưỡng lòng trung thành của khách hàng đối với mình AMP đã đưa ra những nội dung, bao gồm: huấn luyện miễn phí, kết hợp quảng cáo, khử hồi tiền tệ... và thành quả đạt được sau bao nỗ lực của công ty có kim ngạch 6 tỉ USD, thuộc Harriburg này, đã nâng cao được hiệu suất sử dụng của gói thầu, đồng thời cũng tiến thêm một bước trong việc quảng bá sự nổi tiếng của thương hiệu.

HÃNG THIẾT BỊ BẢO VỆ MÔI TRƯỜNG CONVIRON'S

Conviron's là một hãng chuyên sản xuất máy móc, thiết bị bảo vệ môi trường tại (Winnipeg)

Canada. Lượng khách mà hãng này đã có được có quy mô lớn nhất trên toàn cầu. Họ đã liên kết các nhà khoa học thành một hệ thống mạng lưới. Thông qua các cuộc tọa đàm thảo luận để không ngừng nâng cao tính năng của mạng internet ông Recharđ Croft của CEO đã nói: khi những sản phẩm này được bán ra khắp nơi trên toàn thế giới, khiến cho các nhà khoa học, cũng do đó mà không ngừng thay đổi địa điểm công tác và sở dĩ chúng ta đã bỏ ra quá nhiều công phu như vậy là để khiến cho họ dù có đi đến bất kỳ đâu, cũng đều hiểu rõ được sản phẩm của chúng ta.

BỐN ĐIỀU CÓ LỢI TRONG VIỆC THÀNH LẬP HỘI VIÊN ĐOÀN THỂ

2 ngàn Arther Armstrong và John Hagel đã cùng chung một bài phát biểu trong tạp trí (Bình luận thương nghiệp Harvard) bàn về những cống hiến của xã hội trên mạng đối với việc thu lợi nhuận của các công ty.

1- Thu phí gia nhập hội.

2- Bán đấu giá thẻ hội viên

3- Bán đấu giá, quảng cáo và sản phẩm.

4- Thiết lập phương thức nâng cao giá thành sản phẩm, đồng thời giảm thiểu mức chi ra của nội bộ ví dụ như: Sự trợ giúp do mạng đem lại cũng tương

đương như dùng điện thoại.

CỬA HÀNG BÁN LẺ HÀNG THỦ CÔNG MỸ NGHỆ MICHAELS STORES

Cửa hàng Michaels Stores thuộc công ty sản xuất hàng thủ công mỹ nghệ lớn nhất nước Mỹ (Hving) đã làm mẫu miễn phí tạo hiện trường, nhằm để cho khách hàng hiểu rõ công năng của hơn 4 vạn chủng loại sản phẩm trong cửa hàng. Thời gian mà cửa hàng này chọn ra để tổ chức hoạt động này đều nhằm vào những ngày nghỉ: như vào một ngày thứ 6 nào đó trong tháng ba để tổ chức hoạt động này với khoảng thời gian là ba tiếng với chủ đề chiếc bàn ăn có hình tượng con thỏ độc nhất vô nhị này đã được làm ra như thế nào. Vì thỏ là con vật tượng trưng của lễ phục sinh đang diễn ra trong khoảng thời gian đó.

TẬP ĐOÀN KINH DOANH THỰC PHẨM DINH DƯỠNG GENERAL NUTRITION

Tập đoàn kinh doanh bán lẻ sản phẩm dinh dưỡng General Nutrition lớn nhất này đã phát hiện ra những vị khách biết đến họ là những người cực kỳ chú trọng vấn đề sức khỏe, nên đã tổ chức một cuộc tọa đàm ngay trong cửa hiệu của mình. Lấy

tiêu đề là sức khỏe là tố chất quan trọng của cuộc sống nhằm để thu hút khách hàng này. Những vị khách đến với hoạt động này có thể được tặng sản phẩm mẫu, về những bí quyết để bảo vệ sức khỏe. Ngoài ra còn được nghe diễn thuyết về sức khỏe của các chuyên gia y tế bao gồm cả các nha sĩ, bác sĩ massage bấm huyệt, xoa bóp và cả các bài huấn luyện sức khỏe. Thông qua những hoạt động đó General Nutrition đã tạo ra một môi trường học tập, biến cửa hiệu của mình thành một trung tâm phục vụ, giáo dục về sức khỏe, đã thực sự lôi kéo được khách hàng đến với cửa hiệu của mình.

CÔNG TY FRANKLIN COVERY

Công ty Franklin Covery là một hệ thống lịch lớn nhất trên thế giới. Các lĩnh vực quản lý kinh tế, thiết lập mục tiêu quy hoạch của công ty này đặt tại thành phố Yanno đã hợp tác với Steplian covery là tác giả cuốn sách “Hẹn ước với thành công”, sau khi đề xướng hợp nhất các công ty tư vấn của các chuyên gia.

Quản lý theo 7 tập quán lớn, các thành viên đã thông qua các buổi giảng dạy được tổ chức lâu dài, làm cho cuốn lịch làm việc hàng năm của họ đã tăng thêm số trang và bán rất chạy. Khách hàng trả học phí tham gia khóa giảng dạy quản lý học

vận dụng linh hoạt những sản phẩm này để tăng hiệu suất trong sinh hoạt ngay lập tức nhận được một cuốn vở ghi chép và được cung cấp kỹ thuật trong 30 ngày.

TRANG WEB NHỮNG CON VẬT ĐƯỢC CUNG CHIỀU CỦA COMBUPETS

Về cơ bản trang Web là cả một mạng rộng lớn. Compupets thành phố Uonkwa bang Washington đã lợi dụng điểm cơ bản này đưa lên mạng thị trường bán những con vật cảnh để thu hút đông đảo người vào trang Web này. Họ đã thường xuyên tổ chức những cuộc tọa đàm trên mạng mời các chuyên gia và những người có liên quan đến tham dự, đồng thời còn cho xây dựng một phòng khách “Chat” để khách hàng có cơ hội đóng góp ý kiến.

LỢI DỤNG QUAN HỆ NHÂN VIÊN CỦA KHÁCH HÀNG

CỬA HÀNG BÁN LỄ ROSS SIMONS

Phải vận dụng sức mạnh của phần lớn người trong lợi ích cộng đồng. Những người này không nhất thiết phải tồn tại lâu dài. Không cần tiêu thụ hàng hóa vì biết đám đông này đại diện cho người tham dự được hình thành bởi một cuộc hôn lễ. Hạng mục bán lễ chủ yếu của Ross - Simons ở Cran Ston

là khăn trải bàn, đồ quý hiếm, đồ lưu niệm giữ lâu dài trong nhà. Bằng phục vụ tem gói bán lẻ quà tặng cô dâu mới miễn phí kèm theo chuyên tuyến 1 - 800, 82 - BRIDE đã thu hút được sự chú ý của những người này.

Chỉ cần tham gia phục bản liệt kê quà tặng kết hôn do cửa hàng cung cấp, bản thân cô dâu mới có thể nhận ngay một phiếu tặng trị giá 25 đô la kèm theo miễn phí vận chuyển giao hàng - cửa hàng cũng còn bố trí sẵn các chuyên gia hỗ trợ giúp cho cô dâu mới lựa chọn đồ bằng sứ, bằng thủy tinh, bằng bạc...

Đĩ nhiên người mua phục vụ rất cơ bản, trong đó là quy hoạch và ghi chép đơn hàng “quà hy vọng” của cô dâu đưa ra cho bạn là thân hữu tham khảo. (Ở nước Mỹ những người tham dự hôn lễ mừng quà tặng chứ không phải là phong bì tiền. Trước đó họ đã nhận được quà tặng trong đó liệt kê những món quà mà cô dâu sẽ nhận được kể cả tên cửa hàng dịch vụ hoặc công ty bách hóa cô dâu đã chỉ định cung cấp các hạch mục quà tặng này).

CÔNG TY DU LỊCH

Công ty du lịch A.A.A - Có sáng kiến lấy “Trang du lịch” dành cơ hội tốt đẹp trong thị trường quà cưới mà chiếm được vị trí hàng đầu. Trước tiên đôi vợ chồng sắp kết hôn nộp trước một khoản tiền du

lịch tuần trăng mật cho A.A.A, sau đó A.A.A sẽ in một danh sách liệt kê kèm vào trong thiệp mời bạn bè có thể tặng những món quà thật đặc biệt. Nếu bạn bè thấy có hứng thú sẽ tìm đến A.A.A mua phiếu làm quà tặng với bất kỳ giá nào. Góp gió thành bão để giúp đỡ đôi tân gia thực hiện được mơ ước tuần trăng mật. Còn đối với A.A.A thì những tờ phiếu quà tặng này cũng có thể áp dụng lại trong các trường hợp khác như lễ kỉ niệm kết hôn tròn năm, sinh nhật, lễ tốt nghiệp.

CÔNG TY BÁCH HÓA FIES FANNE

Công ty bách hóa Fies Fanne đã tung ra “cuốn sổ ghi quà tặng tuyệt vời”, đó cũng là sự vận dụng cách làm như trên. Họ động viên tất cả các khách hàng lợi dụng triệt để máy quét kiểu mới có trong cửa hàng. Ghi trên những hàng hóa mình yêu thích vào đó và lập thành một cuốn sổ tay ghi chép quà tặng của riêng mình ở các cửa hàng chi nhánh. Qui mô tương đối lớn, còn bố trí cả cố vấn quà tặng cá nhân để giúp đỡ người tiêu dùng lựa chọn loại hàng hóa “lung linh ngập mắt”. Hạng mục dịch vụ này bố trí khắp toàn quốc còn bao gồm cả biện pháp trả góp theo định kỳ.

CÔNG TY MUA BÁN QUA BƯU ĐIỆN EDDIE BANER.

Eddie Baner công ty hàng đầu của ngành mua

bán qua bưu điện đã hiểu được một đạo lý: Không phải chỉ có cô dâu mới có thể tập hợp một lần đám đông trong cộng đồng. Cho nên hiện nay mỗi một khách hàng đều có thể lập một cuốn sổ ghi chép quà tặng trên trang Web của Eddie Baner. Chỉ cần cung cấp họ tên, kích thước mã hiệu, bản kê hàng hóa ưa thích nhất. Bạn bè sẽ có thể tra tìm bất cứ lúc nào và lập đơn hàng mua cho họ những quà tặng mà họ yêu thích. Toàn bộ quá trình này chỉ cần thông qua một máy tính điện tử cá nhân có trong nhà bạn là có thể hoàn thành một cách nhẹ gọn.

CÔNG TY PHẦN MỀM

Ngay cả công ty phần mềm cũng đã xếp lên xe những cuốn quà tặng. Cuốn sổ ghi chép “thiếu một cũng không được” cho ra đời nhằm vào những máy tính điện tử cá nhân. Để cho khách hàng phần mềm là nhu cầu cấp thiết đăng ký trên mạng, sau đó bằng bưu kiện điện tử công ty sẽ gửi cho người nhận hàng tự chọn.

CỬA HÀNG ĐỒ CHƠI CAO CẤP

Cửa hàng liên doanh đồ chơi “Toy’s RUS” đã làm thay đổi hạng mục sáng tạo. Các nhà buôn đã cho các bạn nhỏ thuê những máy in quét cầm tay để trả lời câu hỏi thường gặp như “Bạn nhỏ muốn có quà tặng gì?”

Các bạn nhỏ có thể tìm đồ chơi ưa thích ở khắp nơi trong cửa hàng. Lấy các tư liệu quét được đưa vào máy tính điện tử lập cho riêng mình một danh sách quà tặng bằng đồ chơi ước mơ của mình bằng cách: Sau khi tổng hợp chỉnh lí tư liệu được truyền đến các chi nhánh của cửa hàng khắp đất nước. Vì vậy bắt đầu từ bây giờ dù bạn bè ở nơi xa xôi cũng không phải bận tâm sợ mua nhầm quà tặng nữa.

CỬA HÀNG LIÊN DOANH CHIẾT KHẤU JARGET

Jarget nhờ vào hệ thống in quét tương tự lập ra cuốn sổ ghi chép quà tặng cô dâu mới và trẻ sơ sinh để tăng hiệu suất mua bán. Chỉ cần đến quầy phục vụ khách hàng để ghi tên, tham gia “Câu lạc bộ hôn lễ” hoặc “Câu lạc bộ hát ru”. Còn với mục đích nâng cao hứng thú của người tiêu dùng hội viên “Câu lạc bộ hát ru” còn nhận được một bản mẫu 68 trang, một túi sách lớn và cả các loại giấy chiết khấu.

SIÊU THỊ WUKLA.

Siêu thị Wukla thì lại lên danh sách anh em họ hàng của trẻ sơ sinh đưa vào danh mục trong lợi ích cộng đồng. Bố mẹ ông bà của “cục cưng” chưa quá 2 tuổi đều được gia nhập câu lạc bộ “Cục cưng Wukla”, hội viên câu lạc bộ khi mua các sản phẩm dùng cho bé tại cửa hàng này cứ đủ 100 đô la thì sẽ nhận được một phiếu quà tặng trị giá 10 đô la.

Ngoài ra còn có thể nhận được tập san thông tin hàng quý, giấy chiết khấu của các hãng tài trợ và cũng có thể tham gia hoạt động rút thăm có thưởng đặc biệt. Trong số các hãng tài trợ có: thực phẩm sơ sinh Geber nổi tiếng, băng vệ sinh Drypers, American, Greeting v.v...

SÂN ĐUA NGỰA COLONIAL DOWNS

Có thể kiến nghị lập một khối cộng đồng lấy hoạt động đặc biệt làm chủ được không? Sân đua ngựa Colonial Downs ở bang Virginia đã tổ chức một hoạt động gọi là “Đua ngựa Kentudey Derby”

Để quý khách chuẩn bị vào cuộc đua ngựa tham gia các hoạt động rút thăm có thưởng, sân đua Derby không tổ chức một cuộc đua mà được mở cửa miễn phí cho khách hàng tham dự. Đương nhiên cũng từ đua ngựa họ có thể kiếm thêm một khoản thu nhập do cá cược ngoài sân bãi.

QUÁN BAR SHERATON WATERSIDE

Bar Sheraton Waterside ở Norfolk bang Virginia, một quán rượu đang phát triển đã nắm chắc phong trào “Đại chiến giữa các vì sao” cho ra một mẫu hàng hóa bao gồm: vé xem phim ngồi hàng đầu, phiếu đổi quà vật của kịch viên. Kèm theo một đêm ngủ lại khách sạn này, mỗi gói hàng trị giá khoảng

99 đô la.

Thế còn hiệu quả? Trong năm đó khi “bóng ma ca kịch” biểu diễn trên địa bàn, cửa hàng này cũng đã từng thu được kết quả rất khả quan bằng bán ra hơn 600 hàng.

CỬA HÀNG ĐỒ CHƠI

Đồ chơi “đại chiến giữa các vì sao” sẽ dẫn đến những phản ứng thị trường như thế nào đây? Không ai biết rõ hơn là cửa hàng đồ chơi! Vì vậy loại đồ chơi được tung ra thị trường sau khi họ đã cho ra đời hoạt động bán hàng đặc biệt “điên cuồng lúc nửa đêm”, bắt đầu từ lúc 0h 01 phút họ đã mở cửa bán hàng toàn diện để cho khách hàng có thể mua loạt đầu tiên trong ngày.

HIỆU SÁCH BIÊN CƯƠNG

Hiệu sách Biên Cương cũng không bỏ lỡ cơ hội. Họ mời khách đến tham gia bầu trận “đại chiến giữa các vì sao”, tham gia các chuyến du lịch! Chúng tôi đã chuẩn bị đủ của ngon vật lạ, mọi người có thể cùng đến tham gia một số trò chơi, tham gia đua tài mô phỏng Chewballa and Darth Vader: Cuối cùng dùng kiếm thần huỳnh quang phá cửa để kết thúc một đêm vui. Đừng quên nhé! chúng tôi biết chắc là các bạn sẽ thích những sắc màu trong “đại

chiến giữa các vì sao. Vì vậy chúng tôi sẽ cung cấp các loại tặng phẩm rất thú vị. Có rất nhiều loại, dù thế nào cũng đừng để lỡ nhé!

CÔNG TY TIÊU THỤ TRỰC TIẾP LAND'S END

Doanh nghiệp tiêu thụ trực tiếp Land's End cũng nhờ vào hoạt động mạo hiểm hiện đại tài trợ mà doanh nghiệp được đông đảo khách hàng. Năm 1977 họ đã giúp đỡ du hành Carter Viking, điều này đã chứng minh người Viking có khả năng đến được Bắc Mỹ như Colombo trước vài thế kỷ. Năm 1998 lại một lần nữa họ bỏ tiền tài trợ cho một đội quân tham gia đua tài bằng đội chó kéo xe trượt tuyết qua quãng đường dài 1.100 dặm ở Alaska Iditarod. Mỗi lần có hoạt động mạo hiểm đều được đưa vào trang Web của công ty và nhận được rất nhiều lời khen ngợi.

TRUNG TÂM DI TÍCH LỊCH SỬ THUỘC DÂN WILLIAM SBURG

Trung tâm di tích lịch sử thực dân "William Sburg. CW Colonial" căn cứ vào hoạt động "láng giềng tốt" thành lập một quần thể của cung ngoại giao dân chúng. Mọi cư dân trong thành phố William Sburg đều có thể vào thăm các điểm di tích lịch sử miễn phí, ngôi Bash chuyên dùng của trung tâm di tích lịch sử miễn phí. Ngoài ra còn có rất nhiều ưu đãi với giá đặc biệt, ví dụ như mỗi cư

dân thành phố mỗi năm cùng 16 người khách của mình được hưởng với giá ưu đãi. Tại đây một cuộc điện thoại đã hợp đồng trước với các nhà hàng và quán bar trên địa bàn tham gia các hoạt động ngày lễ ưu đãi chiết 75.

Cung cấp vé vào cửa miễn phí như vậy thì làm thế nào để có tiền? Yên tâm đi “Láng giềng tốt” là nguồn khách từ bên ngoài đã mang đến cho các điểm di tích lịch sử sự ổn định! Những vị khách đến từ bên ngoài đều phải bỏ tiền ra mua vé vào cửa. Các điểm di tích lịch sử ở gần trung tâm đã nhanh chóng phát hiện ra bước chuyển biến do quần thể này tạo ra liền lập tức tham gia phương án này.

Duy trì sự tồn tại của “Láng giềng tốt” chứng minh rằng ngay cả vé vào cửa tất cả các trung tâm di tích lịch sử đều có thể miễn phí vé.

HÃNG CHẾ TẠO XE MÁY HẠNG NẶNG EXCELSIOR - HENDERSON.

Excelsior - Henderson ở Beller plaine bang Minni sound đã thấy rõ tiềm lực của nhóm khách hàng trung thành Harley nên đã từng bước ra nhập tập đoàn Harley, nhờ vậy đã đẩy mạnh tiêu thụ trên thị trường các mặt hàng đã vắng bóng từ lâu có giá trị tương đối cao như xe mô tô Indian. Công ty này đã lợi dụng chuyến du lịch hàng năm do tập

đoàn Harley tổ chức tại Sturgis bang nam Baleata để giới thiệu các sản phẩm của họ và cũng hoàn toàn làm theo mô hình của Harley. Tháng 11 năm 1997 người sáng lập công ty, ông Dan Haulon đã tuyên bố trên tạp chí doanh nghiệp rằng “chúng tôi đang cố gắng sáng tạo phong cách sinh hoạt mang màu sắc của Excelsior Henderson.

CÔNG TY CHẾ TẠO MÀN HÌNH MÁY TÍNH ĐIỆN TỬ NETPULSE

Netpulse là những hãng chế tạo màn hình máy tính điện tử của ngành dụng cụ thể thao, vì đã biết vận dụng nhóm khách hàng của mình nên đã lập được thành tích tuyệt vời. Họ đã áp dụng những biện pháp như, nếu như trong phòng tập bảo vệ sức khoẻ nhà bạn có một chiếc xe đạp lắp kèm màn hình Netpulse bạn có thể tham gia hoạt động “một phút đi một dặm” của công ty này. Chỉ cần bạn luyện tập trên chiếc xe đạp sức khoẻ này 500 phút Netpulse sẽ tặng ngay cho bạn một phiếu tặng hàng không 500 dặm, có thể sử dụng được ở các hãng hàng không American Airlines hoặc United Airlines. Như vậy thì có lợi gì đối với Netpulse? Vấn đề cốt lõi của nó như sau: các cửa hàng chuyên bán dụng cụ thể thao có lắp màn hình Netpulse không những có thể thu lợi qua các phòng tập bảo vệ sức khoẻ mà còn làm cho việc buôn bán của các

cửa hàng tăng trưởng tương đương. Cứ như thế mà suy thì hãng chế tạo dụng cụ thể thao cũng sẽ tiếp tục mua sản phẩm của Netpulse.

SỞ THUỐC LIÊN DOANH CHIẾT KHẤU MEDIC

Để nâng cao tỷ lệ mua bán trở lại, sở thuốc liên doanh chiết khấu Medic ở Kaliflan bang Olio muốn kiểm soát công nhân viên của các doanh nghiệp lân cận. Bằng cách họ đã mời công ty và công nhân viên tham gia kế hoạch MVP (Medic Value Prescription) miễn phí. Ghi tên tham gia chương trình họ liền nhận được một tấm thẻ MVP không những cho cá nhân họ mà còn có cả cho những người thân. Cẩm thẻ đi mua những hàng hóa tự có của Medic và lấy đơn thuốc thông thường đều được hưởng ưu đãi chiết khấu 30% đến 50%. Ngoài ra, các sản phẩm dùng cho tư liệu sức khoẻ gia đình cũng đều được hưởng ưu đãi chiết khấu 9%.

CÔNG TY HÀNG KHÔNG MỸ AMERICAN EXPRESS

Hợp tác của công ty hàng không Mỹ với American Express đã cho ra đời “mạng du lịch nữ chúa” và từ đó được thành lập quần thể khách hàng là phái nữ thương vụ. Đây là một hoạt động được thực hiện chủ yếu qua mạng. Nội dung và các thủ pháp là khuyến khích sự phối hợp, hợp tác tương đối song phương. Hội viên được hưởng nhiều lợi ích như giới

thiệu thành phố, tư vấn du lịch và làm nhiều loại quà tặng dành cho khách du lịch. Chỉ cần ghi tên tham gia là bạn sẽ được tặng ngay một phiếu chiết giá của hàng không Mỹ. Công ty này còn liên kết với các ngành nghề khác phân loại khách hàng và định vị rõ ràng, bao gồm trung tâm thư giãn bảo vệ sức khỏe Canyon Ranch, đi tàu bưu điện Corbibeau-Hoàng gia, bách hóa Radisson và ưu đãi giá đặc biệt do các doanh nghiệp khác cung cấp.

NGÂN HÀNG NEWS CASTLE

Phát hiện một quần thể có đầy tiềm lực nhưng lại không có những hàng hóa và dịch vụ thích đáng có thể cung cấp được thì sao? Vậy hãy suy nghĩ, phát hiện một cái gì đi!

Ở nước Mỹ rất nhiều người ưa thích kiểu mô hình “nhà vườn” - thú chơi nhà vườn. Cho nên, ngân hàng News Castle đã hợp tác với News cho ra đời “thẻ” nhà vườn. Sử dụng thẻ này sẽ nhận được một số điểm, tích lũy lại bạn có thể đổi lấy hàng hóa ở những chi nhánh như công cụ Block & Decker, kể cả dụng cụ nhà nghỉ ngoài căn hộ của Meadowcrafter.

TRANG WEB CỦA EFAX.COM

Mục đích Efax. Com là nhằm vào đối tượng đã có hòm thư điện tử nhưng lại chưa có máy fax đặt

cơ sở hành nghề. Chỉ cần đăng ký vào trang web bạn có thể nhận được một số hiệu điện thoại chuyên thu nhận các văn kiện qua fax. Mỗi khi có fax tới Efax, sẽ chuyển các văn kiện đó thành bưu kiện điện tử và gửi ngay cho bạn, tất cả đều miễn phí. Thế thì họ dựa vào cái gì mà kiếm tiền?

Thực ra, mỗi lần bạn nhận được một phong thư qua fax thì quảng cáo trên phong bì đã là nguồn lợi nhuận của họ.

Nghe ra hình như bạn đang cảm thấy phân vân khó hiểu? Nhưng hai tháng đầu tiên khi Efax mới mở doanh nghiệp đã thu hút được trên 30 vạn khách hàng.

TRÁNH TẠO RA KẼ THÙ

Cho dù khách hàng không có bạn thì hầu như họ cũng chẳng thể lựa chọn ai khác được, ví dụ như thủy điện là nguồn tài nguyên công cộng và trạm điện hữu tuyến, tốt nhất là bạn không bao giờ tỏ ra đắc ý vênh váo. Nếu bạn đối xử với khách hàng theo kiểu “con tin” thì một ngày nào đó tình thế thay đổi theo cách nói của Thomas Jones và W.Earl Sasser, Jr: họ rất có thể trở thành “phần tử khủng bố”.

TUYẾN DU LỊCH MAGRUDER

Tuy du khách nước ngoài vào William sburg

hàng năm có tới hàng triệu người nhưng tuyến du lịch Magruder ở địa phương này vẫn phải tìm cách dành lấy nguồn khách địa phương. Vào tháng hai hàng năm, đây là khoảng thời gian vắng khách nên để thu hút khách du lịch tham quan họ đưa ra phương pháp tiến hành tiêu thụ sản phẩm nhằm vào khách bản địa bằng việc đưa ra “giấy mời dự tiệc”. Người tham dự sẽ được thưởng thức một bữa ăn trưa miễn phí và các dịch vụ khác giảm 25% (giá từ 7.95 đô la xuống 5.95 đô la). Chiến dịch này được áp dụng trong một khoảng thời gian nhất định.

CỬA HÀNG NHẬT BẢN HAYASHI

Cửa hàng ăn Nhật Bản Hayashi vào những buổi tối trong tuần (trừ những ngày cuối tuần) dựa vào sự phân biệt đối với từng nhóm khách mà họ đưa ra chiết khấu.

Ngày thứ hai “đêm hiếu khách” những công nhân viên chức các doanh nghiệp liên doanh đều được thưởng thức đồ ăn thức uống của cửa hàng và được giảm giá 15%.

Ngày thứ ba là đêm của William và Mali, đối tượng chủ yếu là giáo viên và sinh viên cũng được hưởng chiết khấu 15%.

Đối tượng ưu đãi ngày thứ tư là những bậc cao tuổi, cũng hưởng ưu đãi chiết khấu như vậy.

KẾ HOẠCH SỨC KHOẺ CỦA AV MED

Kế hoạch sức khỏe của Av Med ở Maiami bang Florida: lấy phần đông người cao tuổi làm đối tượng chủ yếu ! Tổ chức chăm sóc sức khỏe HMD áp dụng phương thức “một đổi một” để phục vụ miễn phí cho những bậc cao niên, bao gồm: liên hệ công việc nghĩa vụ, giúp việc vặt hàng ngày, đánh giá dự đoán các biến cố về sức khỏe của cá nhân (khi cần thiết) giới thiệu chuyển đến các đơn vị dịch vụ xã hội hoặc cơ quan bảo vệ sức khỏe khác.

Vì vậy việc thực hiện rộng rãi kế hoạch này làm cho tỷ lệ người cao tuổi đích thực tăng cao rõ ràng.

CÔNG TY BÁCH HÓA HECH'S

Công ty bách hóa Hech's mỗi năm tổ chức một ngày bán hàng dành cho những người cao tuổi. Tất cả các sản phẩm mua bán trong ngày có thể được hưởng chiết khấu 10%. Cửa hàng liên doanh này đưa tin: “Nếu tuổi của bạn trên 55 tuổi thì bất kể là mua bằng tiền mặt hay bằng thẻ tín dụng hãy nhanh chóng nắm bắt cơ hội ưu đãi 10%...”

Chỉ cần bạn chứng minh tuổi tác của mình với nhân viên ở cửa hàng này là được.

CỬA HÀNG LIÊN DOANH CHIẾT KHẤU TORGET

Cửa hàng liên doanh chiết khấu Torget đã tạo nên một không khí ngày tết vui vẻ cho những người

khác cao tuổi có truyền thống 25 năm vào tháng 12 hàng năm. Tất cả các quầy hàng đều dành buổi sáng vào một ngày nào đó chuyên tổ chức cho những người cao tuổi tham gia. Hoạt động bao gồm nhiều loại hình vui chơi, ăn uống, quà tặng.

CHIẾC XE "KẾT BẠN"

Nếu bạn chưa tìm thấy được một nửa cho riêng mình thì câu chuyện về người lái xe ở Chicago sẽ gợi ý cho bạn vấn đề đó.

Rất nhiều du khách qua lại trên sân bay đều thích thú được tiếp tục ngồi lên xe kết bạn trăm năm của Ellis Miller, bởi vì nó sẽ giúp bạn sau khi ghi vào một tờ khai bản lý lịch có thể xem được các hồ sơ lưu trữ của khách hàng đã từng qua Miller để tìm kiếm một đối tượng có thể kết bạn. Nếu phát hiện có người thích hợp với mình thì có thể yêu cầu Miller sắp xếp giúp đỡ để gặp mặt nhau, về điểm này đã được nhiều người ủng hộ. Ngoài ra còn được lợi nhuận về lĩnh vực dịch vụ này. Loại khách và dịch vụ rõ ràng bao gồm trung tâm thư giãn bảo vệ sức khỏe Canyon Ranch, đi tàu bưu điện Cari bean Hoàng gia và ưu đãi giá đặc biệt do các doanh nghiệp khác cung cấp.

PHẦN 4

HÃY VÌ GIÁ TRỊ SẢN PHẨM CỦA BẠN

Sách lược đảm bảo chất lượng và bảo hành sản phẩm

Có một danh từ: Tin cậy! Tin cậy là nhân tố then chốt để kiến lập một quan hệ giao dịch mua bán của khách hàng. Bạn có thể chia ý muốn của họ thành hai bước đơn giản:

Bước một giới thiệu cho khách hàng những mặt hàng của bạn theo giá cả, thời gian đã thỏa thuận ngay từ ban đầu để cung cấp chính xác từng loại dịch vụ và từng mẫu dáng của sản phẩm.

Bước hai là khi nào thì thực hiện lời hứa. Nghĩa là nếu bạn (hoặc giả, nói chính xác hơn là: chính bạn) phá vỡ hợp đồng đã thỏa thuận làm trong bước một. Tôi nói “chính bạn” cũng không đáng phải xấu hổ, mà là cường điệu các loại tình huống chúng ta nhất thiết phải đối mặt mà ban đầu chưa hề nghĩ tới. Ví như sản phẩm có thể có vết xước, các khuyết tật của máy tính điện tử v.v... Việc phạm sai lầm

có thể cho là thiên tích của loài người nhưng chính vì như vậy mà trước khi tiến hành công việc phải làm tốt khâu bổ khuyết sửa chữa cho kế hoạch hoàn thiện.

Bất kể trong tình huống nào bạn cũng phải khẳng định là công ty chắc chắn đã thuộc lòng sản phẩm của chính mình, khách hàng cũng sẽ đứng trong cùng trận tuyến. Bảo hộ và bảo đảm là hai loại lòng tin đối với sản phẩm mà bạn thể hiện ra với khách hàng. Kể cả các phương thức thông thường để bạn bảo vệ quan hệ chân thành của khách hàng. Nó có nhiều hình thức thể hiện, nhưng căn cứ vào quan sát của chúng tôi có thể qui tụ không ngoài 3 loại chính là: sản phẩm, giá cả, dịch vụ.

Sản phẩm đầu năm này được tung ra thị trường kèm theo các hạng mục dịch vụ, người tiêu dùng có thể rất quen thuộc với loại phương thức này, cũng mong muốn tất cả các sản phẩm đều kèm theo sự tăng giá tự dịch vụ của hạng mục này.

Trước mắt bạn là một sự thách thức rất lớn. Cần phải sáng tạo ra các chế độ bảo hành sản phẩm thật độc đáo khác người, trong rất nhiều đối thủ cạnh tranh ác liệt cần phải cho người tiêu dùng vững tin tuyệt đối vào các sản phẩm của bạn, có sẵn niềm tin cậy vào chất lượng sản phẩm và nhất định tự nguyện tìm cách trở lại với bạn, so sánh

với những sản phẩm thực thể thông thường khi khách hàng bỏ tiền ra mua những dịch vụ vô hình tránh sao khỏi có điều lo lắng không yên tâm. Suy cho cùng những khuyết tật về dịch vụ thường là loại phán đoán chủ quan mà có khi khách hàng lại vì thế mà khó lý giải được. Vì vậy đối với những dịch vụ mà bạn cung cấp, bạn càng phải làm cho khách hàng thấy được sự bảo đảm kiên định của mình.

Cũng có đôi khi, bạn có thể bảo đảm rất chắc chắn cho khách hàng đó là giá cả rất mềm dẻo. Sự đảm bảo của giá cả làm cho người tiêu dùng có thể yên tâm mà mua ngay lập tức. Nhưng cũng sẽ không vì vậy mà trong lòng “tiêu tiền gấp 3 vẫn không may mắn”, cho nên họ chạy về phía đối thủ tạo thành hiểm họa đánh mất thành tích kinh doanh của công ty bạn. Hơn nữa giá cả là yếu tố quan trọng để khách hàng quyết định mua hàng. Một khi bạn cung cấp bảo đảm giá cả thì những khách hàng trung thành sẽ vĩnh viễn yên tâm. Vì rằng, họ đã biết rõ là bỏ tiền ra cho bạn không bao giờ phải hối tiếc.

CHẾ ĐỘ BẢO HÀNH SẢN PHẨM

CÔNG TY ĐỒ DA COACH

Công ty Coach thuộc về Shala. Công ty đồ da này hầu như đã được mọi người tín nhiệm. Khi bạn hỏi người tiêu dùng tại sao lại mua sản phẩm của công ty này với giá cả cao như vậy, nhất định sẽ có không ít người trả lời là: bảo hành suốt đời. Công ty này đã cho tất cả các thương phẩm một mã hiệu thương phẩm, chỉ cần bạn ghi đầy đủ vào phiếu bảo hành gửi về công ty, một khi có vấn đề phát sinh công ty sẽ sửa chữa miễn phí tuyệt đối, mà chỉ phải trả một chút phí vận chuyển.

CÔNG TY HARTMAN

Hơn 120 năm nay công ty Hartman nổi tiếng khắp nơi với đồ da thủ công chất lượng cao. Chỉ với thái độ chịu trách nhiệm với sản phẩm cũng đã làm cho người tiêu dùng cực kỳ tin tưởng. Công ty bảo hành tất cả mọi sản phẩm của mình, suốt đời không xảy ra khuyết tật. Nếu là trong tình trạng sử dụng bình thường hoặc khi bị co kéo làm ảnh hưởng sinh ra rách nứt, thì ngay lập tức đưa về công ty sửa chữa khôi phục. Sau khi qua kiểm tra sơ bộ Hartman

căn cứ vào mức độ cần sửa chữa , cân nhắc cẩn thận rồi mới thu thêm phí nhất định, trong khoảng 5 đến 7 ngày sẽ thông báo tới khách hàng.

GIẤY NAM CAO CẤP ELLEN - EDMUNDS

Hãng giấy nam cao cấp Ellen - Edmunds đưa ra việc cần phải thuộc lòng phẩm chất chế tác của chính mình. Từ năm 1991 họ bắt đầu đưa ra dịch vụ “làm lại như mới” để duy trì tuổi thọ của đôi giày. Hạng mục dịch vụ này bao gồm việc thay mới mũi giày bị mòn rách, mũi giày bị nhẵn lại hình làn sóng; tuy nhiên, cũng phải cân nhắc một chút về giá thành, nhưng so với mua một đôi giày mới đương nhiên là phải rẻ hơn rất nhiều. Ngoài ra khách hàng còn được ưu đãi 4 lần bảo dưỡng. Công ty sẽ thu hồi giày và “làm lại như mới” cho khách hàng.

Bạn có thể đến một cửa hàng đại lý của hãng và lấy một túi phụ kiện chuyên dùng của đôi giày miễn phí hoặc trực tiếp gọi điện thoại được miễn trả tiền. Công ty này đã có lịch sử 77 năm, song ông tổng tài của Công ty John Stollen werk đã tự hào nói rằng” Công ty này bảo đảm vĩnh viễn đôi giày của bạn luôn luôn bóng đẹp như mới”.

TẠP CHÍ WORD

Tạp chí Word đã đề ra cái “đảm bảo trả lại hoàn toàn” để lôi cuốn khách đặt mua, dùng những từ

ngũ quả quyết khiến cho người ta động lòng: “Nếu ngài đặt mua tạp chí Word kỳ này, mà nó không giúp được ngài cải thiện giá trị tài chính của ngài thì hãy gọi cho chúng tôi, chúng tôi sẽ lập tức hoàn trả toàn bộ số tiền ngài đã bỏ ra mua còn tạp chí thì bán ở đâu, tiền của bạn sẽ có thể vung ra ở đó”.

CỬA HÀNG THỊT BÒ OMAHA

Công ty mua bán qua bưu điện lại càng phải hiểu rõ các thương phẩm của mình. Nếu đặt hàng qua điện thoại, khách hàng sẽ rất lo lắng và nghi ngờ vì họ chưa nhìn thấy tận mắt, chưa sờ được tận tay, miệng còn chưa được nếm thử sản phẩm mà đã phải móc hầu bao rút tiền ra để trả. Cho dù thực tế là như vậy, nhưng Omaha đã loại trừ được các mối ngờ vực của khách hàng. Nếu như khách hàng không hài lòng với sản phẩm, công ty bảo đảm cho khách có thể lựa chọn 1 trong 2 cách: đòi lại hàng hoặc nhận lại toàn bộ tiền.

CÔNG TY TIÊU THỤ TRỰC TIẾP PLOW & HEARTH

Plow & Hearth là công ty bán hàng trực tiếp, chuyên bán hàng hóa dùng cho sinh hoạt nông thôn. Họ đề ra mục tiêu: “Đảm bảo 100% dùng tốt cho sinh hoạt nông thôn”. Nếu bạn không hài lòng 100% với sản phẩm thì bất kì lúc nào cũng có thể

đưa trả lại, sau đó xem bạn muốn đòi lấy sản phẩm khác hoặc là muốn trả lại toàn bộ số tiền.

Ngoài ra, công ty mua bán qua bưu điện này cung cấp “bảo hộ giá cả”. Nếu bạn phát hiện thấy ở đâu đó có giá cả hợp lý hơn, họ sẽ không nói đến lần thứ hai mà lập tức trả khoản chênh lệch cho bạn.

CỬA HÀNG VƯỜN NGHỆ THUẬT SMITH & HANKEN.

Nếu bạn muốn có vườn nghệ thuật giá cả phải chăng, bạn có thể tìm tất cả những công cụ vật liệu cần thiết ở Smith & Hanken. Cửa hàng bán lẻ này bằng những lời lẽ thật thà, giản dị khẳng định rằng: Nếu khách hàng không vừa lòng lắm với bất kì sản phẩm nào, công ty sẽ rất vui lòng thay thế sản phẩm khác hoặc trả lại toàn bộ số tiền. Còn nếu người tiêu dùng nhận thấy sản phẩm khi sử dụng bình thường mà không có tuổi thọ hợp lý thì S & P vui lòng tự nguyện thay đổi ngay. Nếu chỉ đơn thuần là bạn không muốn có đồ đó nữa thì trong vòng 6 tháng có thể mang trả lại.

HÃNG CHẾ TẠO GIẤY DÁN VENDING SUPPLY

Trẻ con đều rất thích giấy dán. Giấy dán đã được sản xuất tại Vending Supply ở bang Nevada, mỗi năm thông qua máy bán hàng tự động có thể tiêu thụ được hàng trăm vạn tờ. Thị hiếu của người tiêu

dùng thay đổi rất nhanh. Để khuyến khích những nhà buôn bán bằng máy bán hàng tự động tiếp nhận bán thử giấy dán loại mới nhất, công ty này đã đưa ra thông tin: Nếu giấy dán này bán không chạy, chủ cửa hàng không vì thế mà bị thiệt thòi, lãnh đạo của công ty này là Rober Waingquist khi trả lời phỏng vấn của tạp trí quản trị (Management Review) đã nói: “Nhằm mục đích không ngừng cải tiến các dịch vụ của các nhà buôn bán bằng máy bán hàng tự động chúng tôi đã đề ra chính sách hoàn trả 100%. Biện pháp táo bạo như vậy đối với các nhà buôn này quả là khó mà tưởng tượng ra”.

HÃNG CHẾ TẠO ĐỒNG HỒ BURETT

Nếu mặt hàng kinh doanh của bạn là đồng hồ đeo tay thể thao tất bạn phải đem hết khí phách phóng tay một keo. Hãng chế tạo đồng hồ Thụy Sĩ Burett sẽ ngay lập tức nhằm vào loại đồng hồ cao cấp Burett 2002 mà đưa ra mục bảo hành suốt đời. Chỉ cần căn cứ vào hóa đơn mua hàng trước đây mà yêu cầu sửa chữa, một xu cũng không mất; còn trường hợp có một số nguyên nhân do người sử dụng làm hư hỏng, công ty cũng sẽ vui lòng đưa ra giá cả sửa chữa rất hợp lý.

HIỆU SÁCH LEVENGER

Những người ham mê đọc sách chắc chắn sẽ

không còn xa lạ gì đối với Levenger. Hiệu sách này ở Delray Beach bang Florida thông qua việc mua bán qua bưu điện tại các cửa hàng sách thông thường đưa ra quy định: “Công cụ của người đọc sách chân chính”. Ngay từ khi mới ra đời đã làm cho khách hàng hoàn toàn vừa lòng với tôn chỉ của công ty này. Đó là chính sách hoàn lại toàn bộ tiền cho khách hàng, ngay cả phí vận chuyển hàng trả lại cũng đều do công ty chịu trách nhiệm thanh toán.

CÔNG TY WEBER - STEPLIEN

Công ty Weber - Steplien ở thành phố Plantine đã đưa ra việc bảo hành cho các sản phẩm thịt nướng ngoài trời, điều đó đã thể hiện sự thừa nhận đối với chất lượng sản phẩm của công ty này. Biện pháp bảo đảm này bao gồm trong 45 ngày, nếu khách hàng không vừa lòng họ đem trả lại tiền không điều kiện và cả bảo hành có điều kiện 25 năm. So với những đối thủ cạnh tranh còn tiến bộ hơn một bậc là đã thiết lập được đường dây nóng đặc biệt 1-800-GRILL - OUT (chuyên môn cung cấp bí quyết nhỏ cho thịt nướng) và còn có một tuyến riêng phục vụ khách hàng miễn trả phí điện thoại.

CÔNG TY ĐIỆN GIA DỤNG DỤNG CỤ VĂN PHÒNG NHÀ Ở RELIABLE

Phải cạnh tranh với các cửa hàng liên doanh

dụng cụ văn phòng ở khắp nơi trên đất nước Mỹ không phải là chuyện dễ. Vậy mà công ty Reliable, thuộc Boise Cascade của Ottawaleang Ilinoic đã thông qua chính sách bảo hành vô điều kiện mà đã thành công trong việc làm cho khách hàng trở nên hết sức tín nhiệm. Bất kỳ một sản phẩm nào của công ty cũng đều được dùng thử 30 ngày miễn phí sau đó. Nếu không hài lòng, không chỉ được trả lại tiền toàn bộ mà phí vận chuyển cũng do công ty chịu trách nhiệm.

HÃNG THUỐC MEREK.

Cũng giống như rất nhiều các đơn thuốc của các y bác sỹ loại Zocor chuyên dùng để giảm lượng Colexteron, giá rất đắt. Nhưng người tiêu dùng hoàn toàn yên tâm khi mua loại thuốc này của hãng Merek. Vì sao? Hãng thuốc Merek (Merek và Co... Inc) lớn nhất toàn nước Mỹ này quyết định bằng hành động cụ thể để biểu thị niềm tin vững mạnh về hiệu quả trị liệu của dược phẩm này, đã cho ra đời cái gọi là “Bảo đảm chữa khỏi bệnh”. Người tiêu dùng nếu đã sử dụng sau 30 ngày mà không thấy chuyển biến thì Merek sẽ đem toàn bộ số tiền trả lại cho người tiêu dùng (hoặc công ty bảo hiểm).

HÃNG CHẾ TẠO BẬT LỬA ZIPPO

Zippos Manufacturing Company ở Baradford bang Bin là hãng duy nhất có khẩu hiệu “hạt to không lọt sàng” của ngành chế tạo bật lửa gas. Nguyên nhân có thể là từ phía khách hàng không có nhu cầu bỏ tiền ra để sửa chữa sản phẩm mang nhãn hiệu này. Điều này làm cho họ phải thừa nhận một đặc điểm đáng kiêu hãnh là bật đầu từ năm 1933 lưu truyền cho đến ngày nay. Ngoài những trục trặc vặt, linh kiện của mỗi bộ phận trong bật lửa Zippo đều được bảo hành suốt đời. “Nó sử dụng rất tốt, nếu không chúng tôi sẽ miễn phí sửa chữa”. Công ty này đã vô ngược lớn tiếng bảo đảm như vậy. Người tiêu dùng hàng ngày gửi về công ty có khoảng ngàn chiếc bật lửa, nhưng đại đa số chỉ là lắp mới, lắp lại cái bản lề. Cũng có khách hàng trước đó đã gửi kèm phí tổn sửa chữa hoặc phí dụng gửi qua bưu điện, nhưng trung tâm sửa chữa Zippo đều đã đem khoản tiền này cùng với chiếc bật lửa đã được chữa hoàn hảo gửi trả lại khách hàng.

CÔNG TY BÁCH HÓA SEARS.

Có đôi khi, việc bảo hành suốt đời là dựa vào thị trường cái giá phải trả tất yếu. Đã mấy thế hệ nay, công cụ mang nhãn hiệu Craftsman do Sears.

Roebuck and, Company's sản xuất, mang cho công ty tiếng tăm tốt. Nếu có bất kỳ một công cụ nào hư hỏng Sears sẽ giúp bạn thay mới miễn phí. Cho dù là "Con dao vạn năng" hay chiếc kéo cắt nhôm, những loại đồ dùng có tính hao mòn nhanh cũng không ngoại lệ.

HÃNG CHẾ TẠO ĐỒ GIA DỤNG LF

Công ty con LF dưới thương hiệu của công ty Lowe's đã sản xuất ra công cụ mang nhãn hiệu KOBALT cũng đã đề ra phương thức bảo hành tương đối "nổi thương phẩm đình đám" đối với người tiêu dùng. Họ đã lên tiếng một cách đơn giản rõ ràng rằng: bảo hành miễn phí sản phẩm mang nhãn hiệu này vĩnh viễn. Bất kỳ có xảy ra tình huống gì, thì hãy mang đến địa điểm đã mua yêu cầu thay đổi miễn phí. Công ty tuyệt đối sẽ không hỏi thêm một câu nào.

CỬA HÀNG LIÊN DOANH DỤNG CỤ NHÀ Ở HOME DEPOT

Home Depot khởi nghiệp tại Atlanta, biết rất rõ các phương pháp bán hàng cần phải như thế nào. Cho nên họ để cho một loạt dụng cụ mang nhãn hiệu Husky tung ra thị trường một cách thuận lợi. Phương pháp của họ là: nếu không may công cụ Husky bị hư hỏng Home Depot sẽ thay mới miễn phí.

Cửa hàng liên doanh DIY lớn nhất nước Mỹ này, thậm chí đã tăng thêm các danh mục bảo hành tới những sản phẩm khác có trong cửa hàng “Từ thiệt hại làm ra buôn bán” của sự hợp tác giữa hai người là Bernie Marcus và Authur Balnk đã nói rằng: “Danh mục này của chúng ta không hề hạn chế trong chính sách trả lại hàng. Tức là phải làm cho đồng đảo dân chúng tin tưởng. Không được để người tiêu dùng mua một lần rồi bỏ đi. Họ biết là mua hàng ở Home Depot tuyệt đối không sai lầm, vì vậy, dịch vụ mà chúng tôi cung cấp không ai có thể chê trách, bắt bẻ vào đâu được.

CÔNG TY DỤNG CỤ NHÀ Ở LOWE'S

Trong kho chứa dụng cụ sửa chữa nhà ở Lowe's (Lowe's Home Improvement Warehouse) của Công ty Lowe's bộ phận diệt cỏ vườn nghệ thuật đã cho ra đời quy tắc “Đảm bảo cây trồng một năm” để kéo khách hàng sẽ trở lại. Tại đây, mua bất kỳ một loại cây nào mang về nhà, trồng trong phòng, nếu tuổi thọ không vượt quá một năm, có thể đổi lấy cây mới miễn phí. Người tiêu dùng không cần phải đưa ra bất kỳ lý do nào làm cho cây không sống được. Chỉ cần xuất trình hóa đơn mua cây này là được rồi.

HÃNG CHẾ TẠO MÁY BƯU PHÍ PITNEY BOWES

Một sự đảm bảo mạnh mẽ có hiệu quả nhất định

phải có hai điều kiện cần thiết là ổn định và chính xác.

Pitney Bowes là hãng chế tạo máy bưu phí đứng hàng đầu toàn thế giới. Họ tuyên bố rằng: “Trong thời kỳ bảo hành 5 năm, nếu quý ngài có bất kỳ sự không hài lòng nào với sản phẩm, thì công ty sẽ lập tức thay cái mới cho quý ngài, tất cả mọi chi phí do chúng tôi chi trả. Không may sản phẩm sau khi thay mới vẫn không thể làm cho quý ngài vừa lòng theo những mong muốn đã đặt hàng trước, chúng tôi sẽ lập tức trả lại toàn bộ số tiền. Một khi đã mua hàng hóa của công ty, quý ngài tuyệt đối không phải lo lắng gì, bảo đảm sự vừa lòng của khách hàng, không để cho quý ngài phiền não. Cũng tức là chúng tôi phải phiền não, chúng tôi phải giải quyết vấn đề này trong thời gian ngắn nhất. Nói một câu đơn giản là: Với bất kỳ một khuyết tật nào của hàng hóa Pitney Bowes chúng tôi sẽ tuyệt đối không kiếm cách bùng bít cho qua”.

CÔNG TY TIÊU THỤ TRỰC TIẾP LAND'S END

Sự đảm bảo của Land's End lại càng giản dị chất phác với thông báo: “Nếu sau khi quý khách mua sản phẩm của chúng tôi, có bất kỳ sự không vừa lòng nào, không kể là đã mua bao lâu, cũng đều có thể mang trả lại, chúng tôi cam đoan sẽ hoàn trả lại tất cả tiền hàng”.

Công ty này không chỉ hiểu rõ các sản phẩm của mình mà đối với mọi loại dịch vụ cũng đưa ra sự đảm bảo như vậy. Trong năm 1997, phát sinh sự kiện bãi công chuyển giao nhanh UPS làm tê liệt các nhà buôn tiêu thụ trực tiếp toàn nước Mỹ thì Land's lập tức cùng với bưu cục Mỹ quốc thành lập quan hệ hợp tác vận chuyển hàng hóa, từ đó tới nay, mỗi ngày có hơn 4 vạn bưu kiện thương phẩm được chuyển tới tận tay khách hàng trong thời gian hợp lý nhất. Còn đối với đại đa số những kiện hàng khẩn cấp theo yêu cầu của khách hàng mà không thể chuyển tới theo thời hạn đã định, công ty này đã dùng phương thức miễn phí vận chuyển để bồi thường.

CÔNG TY MUA BÁN BẢN MẪU QUA BƯU ĐIỆN FRONTGATE

Công ty mua bán bản mẫu qua bưu điện Frontgate ở Lebanon bang Ohio. Các sản phẩm trong chương trình “để nâng cao tiện nghi về nhà ở của quý ngài” có một số thiết kế hết sức hào hoa như là đồ chơi trong bể bơi, có kèm theo bộ điều khiển từ xa bọc da cao cấp, đồ dùng bằng điện cá nhân v.v... Công ty mua bán qua bưu điện này đã thông qua hai mục đảm bảo lòng tin, làm cho càng nhiều khách hàng quay lại với công ty.

Trước hết, công ty này đã đề ra quy định đảm

bảo thuộc lòng 395 ngày, một sáng kiến cực kì phong phú. Người tiêu dùng sau khi mua, có thời gian là 13 tháng để suy nghĩ xem cần giữ lại đồ dùng này hay không. Lại nữa, Frontgate tiến bộ thêm một bước là đề ra việc bảo đảm giá cả. Nếu như khách hàng phát hiện một bản mẫu khác có giá cả hợp lý hơn, bao gồm cả tiền thuế và phí vận chuyển trong đó, thì có thể yêu cầu trả lại khoản chênh lệch giá. Thời hạn bảo đảm này là sau khi mua 90 ngày.

CÔNG TY TIÊU THỤ TRỰC TIẾP POPCARN

Một khi công ty đã đảm bảo chất lượng sản phẩm là tốt thì họ luôn hiểu sâu sắc đạo lý sau: “Nếu nhờ may có nhận xét không tốt của khách hàng với công ty, thì đó chính là những ý kiến đóng góp rất có giá trị của họ đối với công ty này...”.

Hãy xem Pop Carn giải quyết mọi lời than phiền của khách hàng như thế nào.

Cửa hàng tiêu thụ trực tiếp này chuyên bán bông ngô và những sản phẩm liên quan, một khi nhận được khiếu nại không vừa ý với sản phẩm, thì nhanh chóng đáp ứng trong ngày thứ hai. Khách hàng ngay sau đó nhận được một phong thư rất khiêm tốn và còn kèm theo hai túi bông ngô tươi mới.

“Ba nguyên tắc lớn tăng cường phục vụ” của Leomard Berry.

1. Lần thứ nhất phải làm thật tốt.
2. Không may chưa thật tốt phải lập tức bổ khuyết.
3. Nhớ như đinh đóng cột rằng: Sẽ không có cơ hội thứ 3

Ô TÔ FORS

Khi chiếc xe “Rùa vàng” kiểu mới nhất của ô tô Fors mới tung ra thị trường, phát hiện thấy có một số đường dây thiết kế chưa thật tốt có khả năng dẫn đến phóng lửa, công ty này không chỉ đã giải quyết vấn đề kỹ thuật này, mà còn phải chi ra một khoản tiền cho các cửa hàng đại lý được quyền xin lỗi các chủ xe, mỗi vị khách đã mua xe có thể được 100 đô la. Người lãnh đạo của Fors nói với báo: *Người New York* rằng: “Chúng tôi thực sự hy vọng các cửa hàng đại lý mua một số hoa tặng lại khách mua xe, hoặc mời họ ăn bữa cơm thân mật. Nếu là ở một địa phương như New York. Thì có thể chiêu đãi họ một lần ngồi xe đi hàng trình”.

CÔNG TY TRANG PHỤC J.CREW

Sau đây là kinh nghiệm cá nhân: Chúng tôi có một chiếc quần của J.Crew đã mặc khoảng một năm, phát hiện thấy nó rất dễ bị bám bẩn. Cuối

cùng, chúng tôi quyết định gọi điện thoại cho công ty này hỏi xem cách xử lý như thế nào. “Xin hỏi, có phải quý ngài cảm thấy không vừa lòng với chiếc quần đã mua không?” Nhân viên phục vụ nhận điện thoại đã hỏi lại chúng tôi như vậy, và chúng tôi đã trả lời “đúng thế!” Chúng tôi hoàn toàn bất ngờ khi được biết: Họ đã chủ động yêu cầu chúng tôi đem bộ quần áo đó gửi về công ty, và cho biết công ty sẽ trả lại toàn bộ số tiền đã mua, lại còn thành thực xin lỗi. Từ đó, chúng tôi vẫn luôn là khách hàng trung thành của họ.

CÔNG TY MUA BÁN QUA BƯU ĐIỆN POTLERY BARN

Một lần, chúng tôi đã mua một bộ rèm cửa sổ của Potlery Barn. Kiểu cách đó trên bản mẫu xem ra rất vừa ý, nhưng treo vào trong nhà thì ngược lại, nó lại không như ý muốn. Chúng tôi cho rằng, sau một thời gian nữa sẽ quen mắt, kết quả là mấy tháng đã trôi qua mà xem ra nó chẳng vừa mắt chút nào. Cuối cùng, chúng tôi phải gọi điện thoại, nói rõ toàn bộ tình trạng đó với một chuyên viên phục vụ. Tổ chuyên viên này sau khi bàn bạc một lần liền lập tức đồng ý thay hàng mới cho chúng tôi. Vì đó còn thành khẩn đảm bảo với chúng tôi rằng, sự hài lòng của chúng tôi mới là điều mong muốn lớn nhất của công ty. Đương nhiên, từ đó họ quan tâm nhiều hơn đến các khách hàng cũ.

NHÀ ĂN LIÊN DOANH COOKER BAR & GRILLE

Trước đây, trong những ngày sống ở Kaliflan. Chúng tôi rất thích dùng bữa tại Cooker Bar & Grille, đó là một nhà ăn liên doanh kiểu mẫu ở địa phương này. Giám đốc nhà ăn thường có thói quen đi đến các bàn khách đang ăn hỏi xem đã thật sự như ý chưa. Có một bữa tối, chúng nhìn trên mặt bàn đã ăn hết không còn thứ gì và nói với ông ta là thịt thì vẫn rất ngon, nhưng mùi vị không hấp dẫn như trước đây. Cũng chỉ có một câu nói đó thôi ông ta đã gạch bỏ món ăn đó trên tờ thực đơn, giá như mà nhà ăn này cũng mở tại bang Virginia thì tốt biết bao.

CÔNG TY BÁCH HÓA LIÊN DOANH MARSHALL

Cũng không phải là tất cả các công nhân viên đều có thái độ phục vụ tốt như vậy. Ông chủ Marshall Field của công ty bách hóa liên doanh Marshall khởi nghiệp tại Chicago. Có một lần được chứng kiến công nhân viên đang tranh luận với khách hàng.

- Anh đang làm cái gì vậy? Marshall chất vấn vị công nhân viên này.

- Tôi đang giải quyết khiếu nại của khách hàng mà! Đó là câu trả lời mà ông ta nhận được.

- Anh làm như vậy là sai rồi đó! Marshall nói.

Hãy nhanh chóng làm theo ý của quý bà này đi!
Từ đó trở đi, lời nói này đã trở thành một tấm bia
đá của công ty bách hóa này.

CÔNG TY ĐỒ GIA DỤNG CENTURY

Công ty đồ gia dụng Century ở thành phố Hickory thuộc bang Bắc Kalulaina. Ngoài chất lượng sản phẩm ưu việt nổi tiếng, họ còn có một thái độ nghiêm khắc với những sản phẩm đã bao tiêu. Ví dụ: Chúng tôi có một người bạn bè, trong nhà người ấy có một tủ đựng quần áo chạm khắc mang tên Century đã sử dụng qua 16 mùa mưa nắng, cùng họ chuyển đi, chuyển lại 6 lần. Trong đó có một chiếc bản lề cửa bị long hỏng. Bạn tôi nói rằng, sau khi công ty này tìm hiểu biết sự tình như vậy, liền gửi đến một phong thư riêng. Trong đó còn kèm theo hai chiếc bản lề giống hệt chiếc bản lề hỏng để dự phòng cũng có lúc cần dùng.

Bạn có cần phải thử lại không. Người bạn tôi ra sức giới thiệu với mọi người về cái công ty này ở bất cứ đâu?

Ô TÔ RHODE GEAR

Chúng tôi cũng đã từng gặp những trường hợp tương tự. Khi đó, chiếc xe Rhode Gear của chúng tôi va vào một giá xe tự hành đang đứng tại chỗ

làm vắng mất một dây Couroir. Thời hạn bảo hành của xe là 1 năm, tuy đã qua rồi nhưng một khi sản phẩm có phát sinh khuyết tật hư hỏng gì đó khách hàng cũng không dễ quên được.

Khi đó chúng tôi tìm không ra linh kiện thay thế, cuối cùng vị nhân viên phục vụ khách hàng của Rhode Gear đưa đến cho chúng tôi 4 dây Couroirs mới tinh để thay thế ngay. Lại còn cho thêm 4 dây nữa làm dự phòng, mà không lấy một xu nào. Nếu bạn hỏi tôi hãng giá xe tự hành đó ở đâu mà lý tưởng vậy? Bạn nghĩ xem chúng tôi sẽ tiến cử ai bây giờ?

CÔNG TY CÁP ĐIỆN SỢI QUANG PIRELLI

Nếu mua cáp điện sợi quang của công ty Pirelli thành phố Lexington bang Nam Kalulaina, sẽ được sự chi viện của nhóm phản ứng nhanh “24 x 7”. Họ biết rất rõ là nếu dây cáp mà phát sinh trục trặc gì đó thì sẽ ảnh hưởng rất lớn đến việc thông tin, cho nên, đã thành lập một chuyên tuyến truyền bá miễn trả phí, để bất kỳ lúc nào, bất kỳ ở đâu, bằng điện thoại khẩn cấp có thể liên lạc được với các thành viên của nhóm.

Bất kỳ thành viên nào nhận được thông tin cứu viện cũng đều phải chủ động xử lý sự cố cho hoàn chỉnh.

HÀNG CHẾ TẠO MÁY ĐÓNG BAO HARTNESS

Phương thức của sản phẩm chi viện Hartness thuộc thành phố Greenville bang Bắc Kalulaina tương đối tiên tiến. Không may một chiếc máy đóng bao đưa một cái bình lớn vào trong hòm, do lượng công việc quá lớn mà phát sinh sự cố. Công ty đã có hệ thống Camera hồi ứng lập tức cho xử lý, rút ngắn thời gian dừng lại một cách rất hiệu quả. Trong công ty của khách hàng đều có trang bị hệ thống này, nó gồm có 1 máy Camera vô tuyến, một bộ điều khiển từ xa, một màn huỳnh quang. Hartness thông qua những trang bị này tiến hành các công trình sửa chữa điều khiển từ xa, hiệu quả rất tuyệt vời, 80% các vấn đề đều được giải quyết một cách thuận lợi, nhanh chóng ngay tại hiện trường.

NHÀ MÁY XE ĐẠP BIKE BEAT

Nhà máy xe đạp Bike Beat đã thừa nhận như sau “Tất cả xe đạp của chúng tôi đều được lắp ráp hoàn chỉnh tại nhà máy, có kèm theo dịch vụ và bảo hành suốt đời”. Việc đảm bảo miễn phí này không chỉ giúp cho khách hàng bớt khoản tiền mặt lặt vặt mà còn làm cho họ khi gặp phải vấn đề gì nhất định phải tìm đến Bike Beat mà không nghĩ đến người thứ hai.

HIỆU SÁCH MUA BÁN QUA BƯU ĐIỆN LELLA LUNA

Hiệu sách này ở bang Caliphonia. Nó đặc biệt quan tâm tới những cuốn sách và nguyên tắc của những nhà sưu tập sách cá nhân. Những nhà sưu tập cá nhân này khi liên hệ với cửa hàng sẽ được bảo hộ suốt đời và họ đã đem ân huệ cho các thế hệ con cháu mai sau, còn nếu ai đó muốn mua sách của cửa hàng Lella Luna thì, thứ nhất họ được bảo đảm rằng: đó là quyển sách độc nhất vô nhị, là bản gốc thực thụ, thứ hai về giá cả: cửa hàng luôn bán thấp hơn giá thị trường lúc bấy giờ, vì cách định giá của cửa hàng dựa trên cơ sở giá mua vào và giá hiện tại, chọn một giá gần bằng với giá hiện tại để bán cho khách hàng của mình. Vậy thì chúng ta còn phải suy nghĩ gì khi mua sách của Lella Luna nữa chứ!

NHẬN LỜI CUNG CẤP DỊCH VỤ

CÔNG TY BÁCH HÓA NORD STROM

Tâm quan trọng của việc bảo hành dịch vụ không kém hơn bảo hành sản phẩm. Đối với những người ham thích chơi golf thì họ đều muốn có nhiều thời gian chơi hơn nữa mà không phải là tiêu tốn thời gian cho việc mua bóng hoặc dụng cụ chơi bóng. Quan sát, phát hiện thấy điều này nên sự phục vụ khách hàng của công ty bách hóa Nord

Strom có thể gọi là “lãng lơ có một”. Họ đã nghĩ ra một “Chiêu” thật đặc biệt để đẩy mạnh tiêu thụ giấy chơi golf Calway. Khi mùa chơi golf năm 1998 sắp tới. Nord Strom đảm bảo với khách hàng là khoản giấy chơi golf không đóng đinh kiểu maximus số hiệu kích thước nói chung tuyệt đối chinh tề hoàn hảo. Nếu không như thế, Công ty sẽ vì họ mà loại bỏ hàng đi, hoàn toàn không thu lại tiền. Công ty đó lớn tiếng công bố là “giấy tờ các loại kích thước số hiệu của những kiểu đó chúng tôi đều có. Không phải thế thì chúng tôi xin kính tặng miễn phí”.

CÔNG TY BÁCH HÓA BLOOMINGDAIR

Công ty bách hóa Bloomingdair đảm bảo với khách hàng mua qua bưu điện của họ là tuyệt đối không để cho bất kỳ một khiếm khuyết nào xảy ra trong bữa tiệc lễ tạ ơn của họ. Nếu trước ngày 9 tháng 11 quý khách đến đặt mua đồ sứ có dán nhãn hiệu “dụng cụ bàn ăn” thì trước ngày lễ tạ ơn (ngày thứ 5 tuần lễ thứ 4 tháng 11) chúng tôi nhất định sẽ đưa đến tận nhà cho quý khách, nếu không thì hoàn toàn miễn phí.

CÔNG TY BÁCH HÓA SEARS

Căn cứ quy định không được đăng quảng cáo không đúng sự thật (yêu cầu số lượng đầy đủ). Tất

cả các hàng hóa bán đặc biệt nếu xảy ra thiếu hụt (so với quảng cáo) thì khách hàng sẽ lấy đó làm bằng chứng để đòi hỏi được ưu tiên cung ứng bổ sung.

CÁCH LÀM CỦA SEARS HOÀN TOÀN KÍN KẾ

Nếu người tiêu dùng không muốn cầm cái bằng chứng đó chạy đi chạy lại đòi hỏi ưu tiên thì sẽ có hai cách lựa chọn: “Nếu hàng hóa đã được quảng cáo này có chiết khấu giảm giá thì người tiêu dùng có thể mua loại hàng hóa khác thay thế, mà loại hàng này cũng có chiết khấu giảm giá như vậy? hoặc là: “Nếu hàng hóa quảng cáo không có chiết khấu giảm giá thì người tiêu dùng có thể mua hàng hóa khác có giá cả bằng hoặc cao hơn giá quảng cáo của số hàng thiếu hụt”.

CỬA HÀNG CHI NHÁNH BENNIGAN' S

Còn có một ví dụ sống động chứng minh câu nói: “Ai bảo trên đời này không có bữa trưa miễn phí”. Nếu như bạn từ Philadenphia đến ăn trưa tại cửa hàng Bennigan' s ở Plono Boston, đồ ăn phục vụ miễn phí trong vòng 15 phút. Tuy nhiên bạn cũng không vì điều này mà lúc nào cũng chăm chăm nhìn đồng hồ đeo tay, chỉ cần chọn món ăn, người phục vụ sẽ mang đặt lên bàn ăn của bạn một loại máy ghi

thời gian. Theo chúng tôi được biết, những khách hàng đến ăn trưa tại Bennigan's thường là những người tranh thủ quỹ thời gian hẹp hòi của mình.

CÔNG TY PHÁT HÀNH PHIM BLOCK BUSTER VIDEO

Gần đây những cửa hàng cho thuê băng hình mọc lên khắp nơi, nhưng bạn vẫn vấp phải một vấn đề muôn thuở: những bộ phim hay vừa mới ra lò thật không dễ gì thuê được, Công ty phát hành phim B.B.D đã đưa ra những bảo đảm đạt được sự ủng hộ của người tiêu dùng, Công ty này có phạm vi hoạt động ở 20 quốc gia khắp thế giới với hơn 5000 điểm phát hành lẻ. Mỗi tuần công ty sẽ lên danh sách những bộ phim mới được ăn khách đáp ứng nhu cầu người thuê. Nếu như băng hình bạn muốn xem vừa bị thuê hết, chờ khi được trả lại, Block - Buster cho bạn mượn về nhà xem miễn phí.

CÔNG TY QUẢNG CÁO PUBLICIS TECHNOLOGY.

Công ty quảng cáo Publicis Technology - London dựa vào một biểu chi phí độc đáo, không những dễ dàng thâm nhập thị trường nước Mỹ mà còn biến một loại hàng hóa vô hình thành hữu hình. Họ đã giữ vững nguyên tắc: Nếu quảng cáo thành công, tỉ lệ chiếm lĩnh thị trường khách hàng sẽ tăng cao, thì cổ phiếu tương ứng của khách hàng trong

công ty cũng sẽ tăng lên. Vì vậy thu nhập khoảng 10% đến 15% của Publicis là do sự lên xuống cổ phiếu khách hàng điều chỉnh, đồng thời đó cũng là sự bảo đảm từ phía người tiêu dùng. Kiểu thu nhập dựa trên sự lên xuống cổ phiếu khách hàng này cũng làm cho họ phải gách vác một phần trách nhiệm trong sự tồn tại và phát triển của công ty.

CÔNG TY BẢO VỆ BỀ MẶT CỎ GRASS ROTS OF VIRGINIA

Trong thị trấn bé nhỏ của chúng tôi có những bãi cỏ rất đẹp được cắt tỉa chăm sóc cẩn thận dưới sự giúp đỡ của công ty Grass Rots of Virginia. Công ty này định kỳ trồng mới, cày xới, trừ cỏ dại... trong vườn của khách hàng, đồng thời có kèm theo dịch vụ bảo hành. Ngoài việc thiết lập đường dây điện thoại phục vụ miễn phí, trong trường hợp khu vườn xanh mướt của bạn trở nên khô cằn xơ xác, nhân viên công ty sẽ lập tức có mặt. Mọi chi phí phục vụ khác công ty đương nhiên sẽ lập tức báo cho khách hàng được biết. Bên cạnh đó, công ty cũng đưa ra biện pháp và giúp bạn giải quyết miễn phí những vấn đề phát sinh.

CÔNG TY PHÒNG DIỆT CÔN TRÙNG GÂY HẠI CƠ ĐỘNG TEXMINEX.

Công ty phòng diệt côn trùng gây hại cơ động Texminex - Mỹ bảo đảm rằng: Sau khi cùng công

ty lập hợp đồng định kỳ phòng trừ côn trùng gây hại bạn có thể tuyệt đối yên tâm, không phải lo lắng gì cả. Trong trường hợp côn trùng gây hại phục hồi trước khi diệt trừ, công ty lập tức cử người đến giải quyết, không nhận một xu chi phí phát sinh.

DỊCH VỤ CHUYỂN PHÁT NHANH LIÊN BANG

Việc áp dụng quy định: cách một đêm hàng sẽ tới tay người nhận, đã đem đến những thay đổi lớn trong chuyển phát nhanh liên bang (FedEx). Bên cạnh đó doanh nghiệp này còn đem đến dịch vụ bảo hành toàn diện hàng gửi. Mỗi bưu kiện được phụ trách đều có hai điều khoản bảo đảm độc lập. Điều thứ nhất hàng tới tay người nhận mà muộn dù chỉ một phút, toàn bộ chi phí vận chuyển sẽ trả lại người gửi. Điều thứ hai, khi khách hàng muốn hỏi hiện trạng hàng ra sao, trong vòng 30 phút FedEx không tìm ra câu trả lời, tiền đảm bảo sẽ được trả lại.

DỊCH VỤ CHUYỂN PHÁT NHANH UPS

Gần đây UPS (United Parcel Service) cũng chú trọng đem đến sự đảm bảo cho khách hàng. Việc gửi hàng của họ được mở rộng tới tất cả các loại hình hàng hóa có thể quản lý, bao gồm cả vận chuyển trong lòng đất (tàu điện ngầm). Nếu như

trong lãnh thổ Mi hay Canada mà bưu kiện phụ trách được gửi tới không đúng giờ, chi phí sẽ bồi hoàn người gửi.

CÔNG TY VẬN TẢI HÀNG HÓA YELLOW FREIGHT.

Công ty vận tải hàng hóa Yellow Freight cũng áp dụng biện pháp tương tự trong thị trường chuyển phát nhanh trong vòng 24 giờ. Những bưu kiện có trọng lượng từ 70 pounds trở lên do bộ phận chuyển phát nhanh đường bộ và hàng không chất lượng cao của công ty phụ trách, thậm chí còn phục vụ theo yêu cầu chính xác về thời gian của khách hàng. Đồng thời toàn bộ kiểu phục vụ này cũng được bảo hành.

BƯU ĐIỆN MAIL BOXES ETC.

Bảo đảm chất lượng của bưu kiện không phải chỉ là việc của các doanh nghiệp vận chuyển hàng. Một bưu điện địa phương Hoa Kỳ Mail Boxes ETC (MBE) sau khi hoàn thành thủ tục nhận bưu kiện chuyển phát nhanh cũng đề ra biện pháp an toàn vận chuyển có bảo hành. Gần đây phát sinh một việc ít xảy ra. Bưu kiện chuyển phát nhanh bị hỏng rách trên đường vận chuyển. MBE lập tức có lời xin lỗi người chủ bưu kiện, ngoài việc bồi thường 100USD còn trả lại toàn bộ cước phí vận chuyển.

CÔNG TY ĐIỀU TRA KINH TẾ VANKNIEST

Công ty Vankniest bang Florida lấy việc phục vụ yêu cầu khách hàng làm tiêu chí phát triển. DNC Vankniest tư vấn giúp khách hàng tránh được những hậu quả ngoài ý muốn, tránh những thiệt hại từ phía công ty “ma”. Mọi việc dường như chỉ do giám đốc John Kniest, Jr phụ trách - đích thân đứng ra giải quyết những rắc rối mà khách hàng đề xuất nếu phát sinh bất kì vấn đề có liên quan nào. Kniest tự mình sẽ nhìn nhận, tổng hợp tình hình, tìm ra phương án tốt nhất và cử chuyên gia tiếp tục giải quyết. Khi mà thị trường cạnh tranh ngày càng khốc liệt, yêu cầu ngày càng cao thì VK tỏ ra là đã đi đúng hướng và ngày càng gặt hái nhiều thành công.

KHÁCH SẠN CAESARS PALACE

Ví dụ dưới đây hoàn toàn do nhận định cá nhân: Một lần chúng tôi đi công tác có dịp trọ tại khách sạn Caesars Palace bang Oklahoma. Thực ra chúng tôi cũng không trông mong gì được ở trong phòng cao cấp, nhưng phòng trọ lúc đó hết như ở bãi rác, trong khi các thùng rác thì rất sạch sẽ. Vì thế tôi liền gọi điện cho lễ tân và họ hứa sẽ tiếp thu yêu cầu đổi phòng. Hồi lâu sau chẳng thấy tin tức gì, tôi gọi lại lần nữa, lúc ấy người phục vụ

phòng lập tức xuất hiện đưa chúng tôi dời căn phòng rẻ tiền đó đi thẳng lên tầng phía trên. Cửa phòng vừa mở, hóa ra là một căn phòng rộng, từ lan can nhìn ra xa cảm thấy choáng ngợp trước không gian thoáng đạt. Tôi ngắm nghía chiếc giường to trải ga trắng muốt, đương nhiên rồi vì phía trên trần nhà có treo một cái gương lớn, bốn tấm thì dát đá hoa cương. Quả là một bước tiến lớn trong sự thay đổi này.

TRƯỜNG ĐẠI HỌC TRỰC THUỘC BỆNH VIỆN ROBERT WOOD JOHN SON

Trường đại học trực thuộc bệnh viện Robert Wood John son (R.WJ University Hospital) ở New Brunswick bang New Mêhico cũng đề ra giải pháp bảo đảm trả lại tiền cho bệnh nhân cấp cứu. Trước kia, nhiều khi thời gian hội chẩn dây dưa kéo dài gây ảnh hưởng không nhỏ tới những ca cấp cứu cần xử lý nhanh chóng. Sau khi nhận thức được điều đó, bệnh viện đã cải cách toàn bộ quá trình cấp cứu. Bây giờ thì người bệnh vào phòng cấp cứu, trong vòng 15 phút không thấy hộ lí đâu, 30 phút không thấy bác sĩ đến khám bệnh thì toàn bộ chi phí điều trị sẽ được miễn phí toàn bộ.

CÔNG TY TRUYỀN THÔNG COX

Nhiều doanh nghiệp truyền hình ngày nay rất

tùy tiện trong kinh doanh, vì vậy việc công ty truyền thông Cox đẩy mạnh công tác bảo hành đã thu hút được ngày càng nhiều khách hàng. Cox cho rằng, khi khách hàng yêu cầu lắp đặt thiết bị mới mà nhân viên công ty đến trễ giờ, sẽ được miễn phí lắp đặt. Còn nếu giải quyết sự cố quá chậm, hóa đơn thanh toán vào lần tới của khách hàng sẽ được miễn giảm 20 USD.

Bạn cho rằng công ty của mình ít phạm sai lầm à? Nói cho bạn biết, người ta đã làm một số thống kê khiến bạn phải giật mình. Dưới đây là vài con số đúng đến... 99,9%.

- Trong 1 giờ đồng hồ, có khoản tiền của 22000 chi phí bị khấu trừ.

- Trong một ngày có tới 12 đứa trẻ sơ sinh bị giao nhầm bố mẹ.

- Trong một năm có 114500 đôi giày cộc cạch được đưa tới khách.

- Đầu mỗi năm có tới 314208 chiếc máy vi tính bị trục trặc tới tay người mua.

- Mỗi phút có 1314 cuộc điện thoại gọi nhầm địa chỉ.

CỬA HÀNG CHI NHÁNH BÁN LẺ MÁY VI TÍNH COMPUSA.

Đến cửa hàng cao cấp ComUSA để mua phần mềm hoặc phần cứng mới quả là một sự lựa chọn

sáng, suốt nhưng còn yên tâm hơn nếu họ phụ trách luôn cả việc cài đặt. Họ bảo đảm trong vòng 24 giờ sẽ lắp đặt nâng cấp mọi thiết bị theo yêu cầu, nếu không sẽ không thu một xu phí lắp đặt.

CÔNG TY VIỄN THÔNG MỸ

Đối với các công ty thẻ tín dụng thì môi trường kinh doanh mạng quả là một mỏ vàng không đáy, tất nhiên trên thị trường ảo này thì chi phiếu hay tiền mặt không thể sử dụng được. Để mở rộng loại thị trường này, củng cố lòng tin của người dùng thẻ tín dụng, viễn thông Mỹ đưa ra bảo đảm: Trong trường hợp thẻ tín dụng bị giả mạo trên mạng thì người tiêu dùng hoàn toàn không liên quan.

Dường như người dùng thẻ mua loại mặt hàng gì bằng thẻ viễn thông Mỹ cũng đều có bảo đảm: nếu như giá trị hàng vượt quá 1 vạn USD sẽ được kéo dài thêm 1 năm bảo hành. Ngoài ra còn có: “Phương án bảo vệ mua”. Tất cả những mặt hàng mua trong vòng 90 ngày đều có bảo hành hư hỏng ngoài ý muốn hay bị trộm cắp.

THẺ VISA.

Nhiều khi cảm giác biết được người đang theo dõi mình thật là thú vị. Bộ phận phòng trừ giả mạo của thẻ Visa thường xuyên gọi điện phỏng vấn người dùng thẻ để xác nhận mỗi lần sử dụng thẻ

một cách không bình thường. Đương nhiên một trong những mục đích của cách làm này là nâng cao ý thức về quyền lợi của khách hàng và cũng làm cho khách hàng cảm thấy yên tâm. Gần đây chúng tôi được biết tới trường hợp một đôi vợ chồng ly tán nhau - nhờ việc mua đồ giống nhau mà nhận được điện thoại thăm hỏi. Họ đã vô cùng cảm động trước loại hình dịch vụ này.

CÔNG TY VIỄN THÔNG SKYTEL

Nếu như nguồn thông tin có liên quan nào đó của bạn mà bị trục trặc thì cũng không nên đổ lỗi cho công ty Skytel làm gì. Skytel đã thành lập bộ phận Sky word Plus. Dịch vụ truyền tin số một nước Mỹ đảm bảo khách hàng nhận được tin tức đầy đủ nhất. Chẳng may có sai sót nào đó, bộ phận chuyên môn ấy của công ty sẽ nhanh chóng sắp xếp, bạn sẽ lập tức nhận được tin tức.

CÔNG TY ĐỒ GIA DỤNG QUATRINE

Công ty đồ gia dụng Quatrine ở Torrance bang Califoocnia thường xuyên rất khó xác định thời gian cụ thể đưa hàng tới khách hàng đặc biệt là những đồ trang trí nội thất được đặt trước. Vừa rồi họ phải kéo dài thời gian xuất một bộ hàng cho đối tác Fortyny Laboratories nước Ý. Quatrine lập tức liên hệ với khách hàng, ngoài việc xin lỗi là đề nghị

gia hạn thời gian ra, công ty này còn giao cho đối tác một tập tài liệu giới thiệu chi tiết quá trình hình thành và phát triển của công ty.

CỬA HÀNG CHI NHÁNH LÀM SẠCH GIA ĐÌNH MERRY MAIDS

Merry Maids nhận thức được rằng khi dọn dẹp phòng làm việc tại gia sẽ không tránh khỏi gây ra những tổn hại ngoài ý muốn với gia chủ. Có lần một bức tượng điêu khắc gốm bị vỡ, họ đã chủ động báo với chủ nhà. Nhân viên cửa hàng đã thành thực nhận lỗi. Tổ ý muốn mang bức tượng đó về và đổi bằng một bức tượng tự. Họ cũng đưa ra những phương án khác tùy khách hàng lựa chọn: Sẽ sửa bức tượng hoàn chỉnh nhất có thể, và trực tiếp bồi thường thêm một khoản tiền khấu trừ phí phục vụ. Chủ nhà chọn biện pháp đầu tiên, đương nhiên trong vòng một tuần gia chủ nhận được bức tượng mới khác.

NGÂN HÀNG NATIONAL CITY

Dù cho bạn là người kiên nhẫn, điềm đạm nhiều khi cũng khó mà chịu đựng được những chanh chấp nhăm lẩn về số liệu của thẻ tín dụng. Bình thường, bất luận là sai sót từ phía nào thì trách nhiệm vẫn thuộc về phía chủ quản. Nhưng ngân hàng National City thì không hẳn như vậy, đối với những tranh

chấp nhỏ họ chủ trương dùng biện pháp hòa giải. Nếu như tình trạng thẻ tín dụng của khách hàng tốt, nhầm lẫn không vượt quá 25 USD, National City sẽ không tranh luận nhiều, lập tức bồi thường khoản thiệt hại đó. Ngân hàng sẽ không cần giấy chứng minh, không cần các hóa đơn, không cần xác nhận có thẩm quyền, chỉ cần xem xét kỹ tính chân thành từ phía một khách hàng tốt thế là đủ.

NGÂN HÀNG HOA KỲ

Đối với ngân hàng Hoa Kỳ (City Bank) nếu như người sử dụng thẻ tín dụng đến phản nàn về sự nhầm lẫn khoản tiền nhỏ hơn 10 USD nào đó, sau khi kiểm tra thẻ thấy tốt thì khách hàng có được sự phục vụ như trên. Chuyên viên phục vụ khách hàng sẽ nạp khoản tiền này vào máy vi tính và tự động bổ sung vào thẻ. Khoản tiền này sẽ xuất hiện trên hóa đơn của khách hàng vào tháng sau.

MỘT VÀI CON SỐ PHẢN NÀN TỪ PHÍA KHÁCH HÀNG

Theo cuốn sách “Fabled Service” nhà xuất bản Jossey- Bass xuất bản năm 1995 của Betsey Sanders thì đã tổng hợp được một vài con số đáng lưu tâm dưới đây:

- Trong số khách hàng không vừa lòng thì chỉ có 4% nói ra còn lại là để trong lòng và một người không hài lòng sẽ nói với 9 người khác.

- Khi bạn nhận được lời phàn nàn từ phía một khách hàng thì bạn không nhận được từ 26 người khác.

- Nếu như bạn giải quyết những phàn nàn ấy nhanh chóng thì có tới 96% khách hàng sẽ quay lại.

CỬA HÀNG BÁCH HÓA (XIERSI)

Đôi khi, sự phục vụ khách hàng mang tính đền bù cũng đành phải chịu thiệt hại. Một khách hàng viết thư đến phàn nàn bộ phận bán hàng của công ty rằng: Ông ta mua một cái tủ lạnh tại chi nhánh của công ty, phát hiện ra tủ lạnh có vấn đề, nhưng lại không biết sửa chữa như thế nào. Do không thể liên lạc với vị khách hàng này qua điện thoại, nên công ty dùng biện pháp gửi qua bưu điện, thông tin về một đường dây riêng của bộ phận phục vụ khách hàng trên toàn quốc do vị khách hàng này biết, mời ông ta trực tiếp gọi điện đến khiếu nại. Kết quả là vấn đề cánh cửa tủ lạnh đã được giải quyết triệt để. Vị khách hàng này đã được đổi một chiếc tủ lạnh mới và hoàn hảo khác.

CỬA HÀNG CHI NHÁNH VÊ ĐỒ DÙNG GIA ĐÌNH HOME DEPOT

Home Depot là một chi nhánh sửa chữa đồ dùng gia đình lớn nhất toàn nước Mỹ. Có một lần, khách hàng đã trả 1200 đô la Mỹ để đặt làm một bộ cửa,

nhưng song cửa làm không đạt yêu cầu, khiến khách hàng liên tục tỏ ra không hài lòng. Giám đốc quyết định sửa chữa thiếu sót này. Ông ta không chỉ giao trả bộ cửa mà sửa lại rất đẹp. Hơn nữa từ đầu đến cuối không lấy một đồng tiền công nào. Người khách hàng lúc đầu tỏ ra bất mãn, bây giờ đã nhận xét rằng: Tôi nhất định sẽ quay trở lại mua hàng ở Home Depot.

COAST TO COAST

Liệu có ai mà đáng để chúng ta phải tiêu một số tiền lớn vì người đó hết lòng tận tụy không? Người sáng lập ra Positively ontrageous service là T. Scott Gross đã kể một câu chuyện. Một người nào đó đã đặt mua một số linh kiện của một chiếc máy nhỏ với Coast to coast ở Ridgecrest, mãi mà không lấy được hàng, người giám đốc mới lên nhậm chức ở đây liền chọn một chiếc cửa tốt 14 tác, tự gửi cho vị khách hàng hoàn toàn miễn phí. Trong cùng ngày, vị khách này đã đến cửa hàng mua tổng cộng 1200 USD hàng hóa, tiếp đó trong một năm, ông ta đã mua tổng cộng là 4000 USD.

CỬA HÀNG CHI NHÁNH THIẾT BỊ ĐIỆN TWEETER

Trong thị trường cạnh tranh khốc liệt về thiết bị điện gia dụng này, cam kết về giá cả khiến chúng tôi có ấn tượng sâu sắc nhất chính là cửa hiệu liên

hoàn Tweeter vừa mới được khai trương. Mỗi một tờ biên lai họ viết ra, bên trên ngoài giá cả của sản phẩm còn có tên họ, địa chỉ của người mua hàng.

Toàn bộ những tài liệu này đều được lưu giữ trong kho tư liệu hàng hóa của công ty. Một khi xuất hiện việc đối thủ cạnh tranh giảm giá hàng hóa, khi họ thu được thông tin liền lập tức thực hiện biện pháp: khi người tiêu dùng hoàn toàn không biết nên làm thế nào thì Tweeter sẽ trực tiếp gửi chi phiếu cho khách hàng và lui trở lại mức chênh lệch giá cả ở giữa.

CÔNG TY PHỤC VỤ VỆ SINH BERKELEY

Công ty vệ sinh Berkeley của Florida thực hiện biện pháp chứng thực giá cả đối với giá cả của đối thủ cạnh tranh. Họ tiếp thu cả chiết khấu của đối thủ cạnh tranh mà khách hàng chuyển đến để cân bằng mức tiêu dùng. Phương pháp này rất thông minh, như vậy khách hàng sẽ rất yên tâm khi đến chỗ bạn mà không hề phải so sánh giá cả với xung quanh.

Ô TÔ SATURN

Nhà máy ô tô Saturn con cung cấp cho người tiêu dùng kinh nghiệm mua xe, làm cho danh tiếng của họ càng tăng thêm. Điểm khác nhau giữa nghiệp vụ viên của họ với hãng khác là ở chỗ: họ đào tạo

ngâm trong khách hàng mà không tùy tiện để lộ ra ngoài. Ngoài ra, sách lược không có hai giá của họ khiến người mua đều có thể xác định rằng: bản thân mình đã mua hàng với mức giá cả phù hợp nhất, không cần lãng phí thời gian ở đó để mặc cả nữa. Đối với loại cam kết này, công ty thực hiện khá nghiêm túc: khi loại xe Saturn bị hạ giá năm 1997, lúc đầu những chủ xe lấy mức giá mua ban đầu lần lượt muốn đến đòi lại chi phiếu chênh lệch. Hành động này đã làm cho hãng Saturn tiêu tốn khoảng 700 vạn USD.

SIÊU THỊ CHI NHÁNH FARM FRESH:

Siêu thị chi nhánh Farm Fresh thuộc công ty đầu tư cổ phần Richfood luôn làm cho khách hàng cảm thấy tín nhiệm đối với quầy dược liệu được lắp đặt thêm của nó. Bởi vì người tiêu dùng tin tưởng rằng: ở đây họ có thể mua hàng với mức giá phù hợp nhất. Nếu trong vòng 30 ngày, bạn có thể mua ở một hiệu thuốc khác trong khu vực một đơn thuốc tương tự mà giá cả lại rẻ hơn một chút thì bạn sẽ được hoàn trả lại khoản tiền là 125%.

CỬA HÀNG BÁCH HÓA (XIERSI)

Có lẽ bạn cho rằng khoản tiền trả lại là 125% đã là quá lý tưởng nhưng đối với Xieri thì không hẳn như vậy. Nếu như trong vòng 30 ngày bạn

phát hiện thấy giá vận chuyển của công ty khác thấp hơn thì cửa hàng sẽ bồi thường lại gấp đôi cho bạn.

HÃNG THÔNG TẤN 360° COMMUNICATIONS

Bạn cảm thấy những cửa hàng mà bạn thường đến kia luôn luôn dành cho khách hàng mới một giá phù hợp hơn sao?

Hãng thông tấn Takota 360° (tiền thân là hãng thông tin Alltel) rất thông hiểu nhận định này của bạn, bởi vì gần đây nhất hãng này đã cung cấp cho những khách hàng mới mỗi tháng những thông tin miễn phí về thành phố trong vòng 30 phút với thời hạn một năm. Đồng thời những khách hàng quen nếu như theo dõi cũng có thể có được sự ưu đãi tương tự.

CỬA HÀNG CHI NHÁNH CHIẾT KHẤU KMART

Những khách hàng của Kmart đã để ý thấy rằng mục đích chính trong việc thành lập hiệu chiết khấu chi nhánh này không chỉ là “giá bán buôn thấp” mà còn cam đoan rằng “giá bán mỗi lần luôn là giá thấp nhất”. Một điều rất đơn giản là, chủ cửa hàng nói: “nếu như bạn phát hiện thấy giá cả ở nơi khác thấp hơn, chỉ cần thông báo cho chúng tôi thì chúng tôi sẽ lập tức gửi cho bạn mức giá chênh lệch đó”.

CÔNG TY SẢN XUẤT ĐỒ GIA DỤNG (LUOWEI)

Công ty sản xuất đồ gia dụng Luowei đã tiến thêm một bước trong việc đưa ra cam kết về giá cả. Nếu như người tiêu dùng nhận thấy công ty khác đưa ra mức giá tiêu thụ thấp hơn, chỉ cần mang tờ quảng cáo đó cho Luowei, không những có thể lấy về mức chênh lệch giá cả mà còn có thể nhận được 10% ngoại ngạch, để bồi thường cho những bất tiện đã gây ra cho người tiêu dùng. Nếu như công ty đối thủ phát hiện ra giá thấp này trong công ty mà không phải là trên bình diện quảng cáo, thì Luowei sẽ gọi điện để điều tra chứng nhận. Nếu đó là sự thực thì công ty sẽ bán cho bạn với mức giá đó, đồng thời thêm cho bạn 10% chiết khấu.

Bốn biện pháp xử lý đối với những lời phàn nàn của khách hàng.

1. Hiểu rõ vấn đề, đồng thời phải ghi nhớ lại.
2. Đồng ý với một biện pháp giải quyết nào đó, sau đó xác định thời gian chấp hành.
3. Lựa chọn những hành động để giải quyết vấn đề.
4. Tiếp tục theo đuổi những thành quả mình đã làm.

CHI NHÁNH CHẾ TẠO DỤNG CỤ VĂN PHÒNG OFFICE DEPOT

Chi nhánh chế tạo thiết bị văn phòng lớn nhất, toàn diện office Depot lấy cam kết về giá cả là 155% đã ngày càng củng cố vững chắc vị trí của mình.

Nếu như đối thủ lấy mức giá thấp hơn để bán ra hàng hóa cùng loại, nếu trong vòng 7 ngày khách hàng thông báo cho họ biết thì ngoài việc có thể mua hàng với mức giá thấp còn có thể nhận được 55% mức chênh lệch giá cả, nhiều nhất là 55 USD.

CÔNG TY TÀI CHÍNH SERVICE SAVER

Căn cứ theo tình hình, có thể phát sinh ra những tài khoản cho vay. Cũng có loại thông qua Service Saver Finance thuộc Fairfax, bang Verginia để xin thêm vốn vay. Một khi lãi suất hạ xuống thì bạn có thể lập tức yêu cầu tính bằng lãi suất mới, mà không phải xin thêm hoặc làm lại bất kỳ một thủ tục mới nào khác. Biện pháp như sau: nếu tỷ lệ lợi tức hạ xuống tới mức 0,5% mà bạn đã ấn định thời gian hoàn trả thấp nhất là một năm, bạn có thể yêu cầu tính theo tỷ lệ lợi tức mới mà không cần phải thông qua một lần kiểm tra nào khác, cũng không phải thông qua điều tra tiền lương hoặc tín dụng, mà lập tức có thể trực tiếp được phép tiến hành.

CÔNG TY THẾ CHẤP TÀI CHÍNH CITY LINE

Như vậy tại sao lại không tự động hóa một chút? Điều này cũng có, City Line của Xiatlun đã có hệ thống tự động hạ mức lãi suất cho vay. Khi lãi suất trước mắt thấp hơn lãi xuất trong tài sản cố định của bạn là 0,5% thì hệ thống này sẽ tự động tính

mức lãi suất mới cho bạn, không cần bất kỳ một khoản phí dụng nào khác. Tiền để duy nhất là người vay phải hoàn trả trong thời hạn ngắn nhất là 12 tháng. Hơn nữa tình hình của cải vật tư vẫn ổn định. Bởi vì cơ chế điều chỉnh tài khoản tự động này hiện đã có ở trong những khách hàng đến thể chấp, những người tiếp tục đến đây đã đạt tới 95%.

SIÊU THỊ MACKOLA

Siêu thị Mackola có rất nhiều biện pháp để giữ khách hàng. Ngoài việc hàng hóa đa dạng được phục vụ hết sức tận tình, chu đáo ra thì giá cả thấp cũng là một trong những biện pháp hay. Nó kích thích khách hàng đến do sự hấp dẫn về giá cả của Makola, cũng chính là khai thác khía cạnh giá cả để cạnh tranh với những đối thủ mạnh hơn. Điều này bao gồm một số bước sau: Đầu tiên khách hàng phải thay đổi thẻ của mình thành loại có thể tiêu dùng, ít nhất 40 loại hàng hóa. Tiếp đó, trong vòng một tuần, họ phải mang những tờ biên lai này đến các siêu thị khác, so sánh giá cả với những hàng hóa cùng loại, đồng thời chứng minh rõ ràng ở trên biên lai. Người tiêu dùng nếu như tiêu tốn nhiều tiền như vậy thì có được ích lợi gì? Đợi đến lúc bạn mang tờ biên lai này về đến siêu thị Makola thì bạn sẽ thu được 15 USD gửi tặng. Nếu như giá hàng ở Makola cao hơn, họ sẽ trả cho bạn mức giá

chênh lệch gấp hai lần.

Cửa hiệu liên hoàn bán giấy thể thao Just for Feet cũng có cam kết về giá thấp riêng của mình. Chỉ cần xuất hiện quảng cáo hạ giá của đối thủ thì lập tức họ sẽ giảm mức giá bán hàng xuống bằng mức giá như của đối thủ cạnh tranh kia.

CỬA HÀNG BÁCH HÓA PÔLÔMISTAKES

Đây là một kinh nghiệm của bản thân. Chúng ta đã đặt mua một số hàng hóa ở Polomistakes qua bưu điện. Qua vài tháng sau xuất hiện một hiện tượng khác thường, một sản phẩm hạ giá 8 lần. Chúng tôi đặt mua hàng đã nói chuyện này với một người bán hàng với thái độ không cam chịu. Không lâu sau, chúng tôi nhận được toàn bộ mức tín dụng chênh lệch tương đương. Về sau, chúng tôi đã trở thành khách hàng quen thuộc nhất của cửa hàng này.

+ Cửa hàng xe đạp Zan's Cycles ở Branyond - Bang California đã đưa ra 1 cam kết làm mọi người phải kinh ngạc, khiến khách hàng cố ý muốn thu thập các giá cả tuyệt đối thấp nhất, có cả cam kết về hạng mục tu sửa trong quá trình sử dụng; hàng hóa có giá trị không đến 1 USD đều được miễn phí; cuối cùng còn có chính sách không giữ biên lai trả hàng, chỉ cần cửa hàng đó chính xác có mua loại hàng hóa này thôi.

PHẦN 5

MUỐN THU HOẠCH NHU THỂ NÀO THÌ HÃY GIEO TRỒNG NHU THỂ ẤY

*Các nhà doanh nghiệp hãy làm tốt
công việc từ thiện*

Chúng ta đều đã biết câu nói “hành động luôn tốt hơn là chịu đựng”. Khoảng 2/3 dân số Mỹ đều có chung cảm giác là tại sao mỗi năm có rất nhiều người dành thời gian, tiền bạc cho những hoạt động từ thiện.

So sánh với một cá nhân, một xí nghiệp biểu hiện ở phương diện này cũng chẳng có gì khác lạ cả; cả căn cứ vào thống kê của hội từ thiện AAFRC, năm 1996, giới xí nghiệp nhà máy trong nước Mỹ đã quyên tặng được mức kim ngạch khoảng 8,5 tỷ USD. Nhìn từ con số này “cung cấp” hiển nhiên trở thành một nghề không có đất.

Ông Rober Goizuet thuộc công ty nước giải khát CocaCola - người luôn được mọi người kính trọng vì những cống hiến của mình, trong một buổi diễn

thuyết năm 1994 đã chỉ rõ: “Những tấm gương thuộc giới doanh nghiệp làm từ thiện đều không cần đến huân chương. Bởi vì họ hiểu rõ: “Đây chính là con đường tốt nhất để giúp cho công ty phát triển lâu dài”.

Nếu như nói trong số 2/3 khách hàng quan tâm đến không chỉ là giao dịch, thì tốt nhất là bạn cũng nên như vậy. Bạn phải biết rằng: khách hàng quan tâm đến thế giới mà họ sống, nếu như cung cấp tích cực trong lĩnh vực này chính là kiến lập lên lòng trung thành của khách hàng, đồng thời làm từ thiện cũng là một biện pháp tốt.

WORKING ASSETS FUNDING SERVICE

Working assets Funding Service ở bang Texas đã thiết lập một mô hình xí nghiệp lấy việc làm từ thiện làm trung tâm. Nó có thể đứng vững được trong thị trường thẻ tín dụng cạnh tranh khắc nghiệt, chính là nhờ vào việc thu hút những khách hàng có ý thức trách nhiệm đối với xã hội. Mỗi tháng họ đều có thể dùng thẻ để mua bán, công ty này sẽ quyên tặng theo đầu người 5 cent để gửi cho các cơ quan phi lợi nhuận đặc biệt.

Sách lược này đã tỏ ra là có hiệu quả tốt, bởi vì công ty đã dựa vào việc mở dịch vụ điện thoại đường dài tương tự. Nếu như bạn ký kết trở thành khách hàng thì họ sẽ căn cứ vào số tiền dùng điện

thoại đường dài mỗi tháng của bạn để chiết khấu ra một số lượng là 10% để giành gửi cho việc làm từ thiện. Nếu như số tiền bạn nộp vượt qua số tiền bạn phải thanh toán, công ty sẽ tự động chuyển bộ phận dư thừa đó cho 50 tổ chức từ thiện mà nó đã chỉ định.

Số tiền quyên tặng 5 cent này sẽ được góp lại với các khoản khác trở thành một lượng tiền lớn. Từ năm 1985 đến nay, số tiền công ty này đã quyên góp cho các tổ chức phi lợi nhuận đã đạt đến con số 16 triệu USD.

TỔ CHỨC HƯU TRÍ GIÁO DỤC VÀ SỨC KHOẺ

Tổ chức hưu trí giáo dục và sức khỏe - Health Education Retirement organization ở thành phố Marietta trước đây không lâu đã đưa ra một loại ngân phiếu mang tên là HERO. Chỉ cần có thẻ này, người tiêu dùng sẽ có được một số tiền và trực tiếp đi vào một tài khoản nào đó với danh nghĩa người tiêu dùng. Cách một thời gian, số tiền này sẽ chia thành 2 phần để xử lý, một phần để quyên tặng cho tổ chức từ thiện đã được chỉ định trước, phần còn lại sẽ được đầu tư vào các công cụ quản lý tài chính thay cho người tiêu dùng, giống như cổ phiếu, tiền vốn chung trong các trái phiếu trụ bị... Thông qua phương thức này, Hero đồng thời đã đưa ra hai lợi ích cho người tiêu dùng: tự động tiết

kiệm và có thể giảm mức tiền thuế cần phải nộp.

CÔNG TY CYBER GOLD

Công ty Cyber Gold này lấy việc quảng cáo qua mạng để thúc đẩy khách hàng tham gia vào hoạt động tiêu thụ sản phẩm của công ty, và có thể thu được một số lượng tiền nhỏ. Nếu như quý mô mà khách hàng lên mạng quan tâm đến là tương đối lớn thì Cyber Gold sẽ đưa ra lựa chọn như sau: mang số tiền quyền góp này gửi cho một vài tổ chức từ thiện National Kindney Foundation hay Here Ditary Disease Foundation.

CÔNG TY BẢO HIỂM SAFECO

Công ty bảo hiểm Safeco trước đó không lâu là một tổ chức nhân đạo Seattle Habitat for Humanity đã kết hợp với một công ty khác trở thành mô hình như bây giờ. Công nhân viên của Safeco luôn luôn có tinh thần trách nhiệm rất cao đối với công việc của công ty.

HIỆU SÁCH HARY W. SCHWARTZ

Phương châm là hành động tại chỗ, hiệu sách Hary W. Schwartz đã đề ra biện pháp làm lợi cho khu vực này. Đối với khách hàng, họ có thể lựa chọn tùy ý những đối tượng quyền góp trong khu

vực này, chỉ cần người tiêu dùng mua sách ở hiệu sách này thì tổ chức từ thiện đã chỉ định sẽ thu được 10% mức tiền đã tiêu dùng. Hội viên SGB nếu chưa có các ưu tiên khác thì sẽ được thông tin nhanh chóng kịp thời về những loại hàng hóa tiêu thụ định kỳ.

CÔNG TY ĐIỆN KHÍ SANLING

Công ty điện khí Sanling của Warrenclale đã tổ chức mỗi năm một chuyến du lịch bằng xe đạp về vùng ngoại ô với mục tiêu giúp đỡ tổ chức The early Learning, chăm sóc trẻ em tàn tật. Nội dung của hoạt động này là những người tham gia đi xe đạp phải vượt qua 3 chặng lộ trình gồm 60, 30, 5 dặm, tất cả đã thu hút được hơn 700 người đăng ký. Trong vòng 6 năm qua đã thu được tổng cộng 150 ngàn đô la Mỹ cho tổ chức The early learning này.

CỬA HÀNG GIÀY THỂ THAO FOOT LOCKER

Foot Locker bang Virginia gần đây đã hợp tác với siêu thị Wukela làm việc quyên góp “chuyên án giao nộp súng ống” (Aperation Gan Drive). Hoạt động này là lấy tiền mặt khích lệ dân chúng trên 16 tuổi nộp súng đạn vũ khí, những vũ khí nguy hiểm giết người. Việc này do giáo hội địa phận Essex village và Ontreach Ceter liên hợp phát động

quyên góp tiền mặt, trị giá 1000 đô la thì Wukela xuất tiền quyên góp 1000 đô la, còn Foot Laker thì cung cấp quà tặng, quà tặng dành cho thanh thiếu niên chưa đủ 16 tuổi chủ động giao nộp vũ khí.

CỬA HÀNG KINH DOANH ÔTÔ FORD: FREEDOM HAMPTON

Cửa hàng kinh doanh ô tô Ford Freedom Ford Hampton tham gia phương án cải cách là cải tạo thiết lập vườn hoa từ cái mảnh đất trống trong các trường tiểu học ở địa phương, biến những mảnh đất đó thành những vườn trồng đầy hoa, cây thuốc và những cây ăn quả. Tận dụng ngày thứ 7 hàng tuần công nhân viên cùng học sinh, phụ huynh học sinh và các thầy cô giáo cùng lao động trồng cây, có rất nhiều nhà hàng ở địa phương sôi nổi tặng quà, dụng cụ học tập để biểu thị tấm lòng tán trợ.

CÔNG TY HÀNG KHÔNG TÂY NAM

Với công ty hàng không Tây Nam Southwest airlines thì cái gọi là “địa phương” có hàm ý rất rộng, bao gồm cả những khu cư dân họ đã đến phục vụ. Mỗi lần kỳ nghỉ đến gần, công ty này lại đưa ra hoạt động “kỳ nghỉ về nhà” để giúp đỡ những người già không có tiền mua vé máy bay mà muốn thực hiện một giấc mơ trở về quê hương. Phương án này đã thực hiện được 18 năm, đã có hàng nghìn người được hưởng miễn phí đi máy bay về nhà.

CÔNG TY BÁN HÀNG QUA MẠNG: MAKE IT SO

Để khuyến khích khách hàng mua máy tính điện tử và các thương phẩm khác thông qua mạng của mình công ty này đã đưa ra phương án: gia nhập Club Mail từ danh sách của tổ chức từ thiện nhi đồng, chọn ra đối tượng quyên tặng, sau đó chỉ cần bạn mua xe qua mạng của công ty thì họ sẽ xuất ra góp cho tổ chức chỉ định 10% giá trị hàng. Cho đến tháng 11 năm 1998 công ty nhỏ này đã quyên tặng cho các tổ chức phi lợi nhuận tổng cộng số tiền đã vượt quá 9000 đôla.

CÔNG TY DU LỊCH KEMTETSU

Chẳng có đứa trẻ nào mà lại không muốn đến vườn hoa Disney trong những kỳ nghỉ. Tính từ năm 1995 Công ty du lịch Kentetsu nước Mỹ đã tổ chức hoạt động “Giáng sinh trước tại Disney”, mỗi năm một lần mời trẻ nhỏ khó khăn ở Los Angeles cùng vui chơi qua ngày lễ với các thanh thiếu niên khác. Biện pháp như sau: Hàng năm đến tháng 12 công ty du lịch Kentetsu vui chơi 1 đêm tại Disney. Hoạt động này bình quân thu hút được số người trả phí lên đến 4000, 5000 người. Còn công ty này cũng đồng thời mời hơn 1000 trẻ em thành Los tham dự và hoàn toàn do công ty trả phí.

CÔNG TY HÀNG KHÔNG MỸ

Hàng không Mỹ đã làm cho biện pháp khách mời dặm trình của họ kết hợp với phương án quyên góp của AA Dvantage Fund Raising được thực thi. Họ đã cung cấp miễn phí lợi nhuận tìm ra phương thức khả thi, và phối hợp với khách mời tích lũy dặm trình của công ty này cùng thực thi. Đối tượng hợp tác rất phong phú: quỹ thân toàn quốc, quỹ thư viện Los Angeles đều có trong đó.

CÔNG TY WARNER - LAMBERT

Warner Lambert bang Niuzhexi gần đây ra sức chi viện cho du lịch “Hy vọng thế giới 99”. Hoạt động này mang tính toàn cầu, mục đích hỗ trợ người bệnh không có khả năng phẫu thuật khôi phục diện mạo. Trong vòng một tuần tiến hành hoạt động, khách hàng mua một sản phẩm bất kỳ sẽ chỉ mất 1 đôla quyên góp, công ty có mức doanh thu 8 triệu đô la đã có những tên hàng nổi tiếng như Listerine, Sudafed, Benadryl, Eferdent và hàng loạt dao cạo râu Schick...

CỬA HÀNG “CHÁO NÓNG”

Lấy hoạt động từ thiện làm thành một mắt xích trong hoạt động tiêu thụ sản phẩm cũng không có gì là không thỏa đáng. Hàng chục năm nay công ty này có nhiều thủ pháp tiến hành tiêu thụ sản

phẩm tương đối hợp lý, giống như “cháo nóng nhi đồng” (Campbell’s Soup Kids). Hiện nay, nếu bạn đến bất kỳ một trường học nào tham gia kế hoạch này cũng nhìn thấy người ta lấy chum cháo nóng làm biểu tượng; đó là một cái thùng hình tròn, to, cao đến 2m, dùng để thu thập những hóa đơn hoặc chứng từ chứng minh sản phẩm mua tại công ty này. Khi sưu tập đến một mức độ nào đó họ sẽ tính mỗi hóa đơn 0,3 đôla và số tiền thu được sẽ ủng hộ Quỹ bảo trợ từ thiện.

CÔNG TY THỰC PHẨM ĐỒ HỘP

Nhằm thúc đẩy hoạt động kinh doanh sản phẩm sữa đóng chai, Công ty thực phẩm đồ hộp (General Mills) đã tổ chức hoạt động giữ lại nắp chai. Mỗi khi khách hàng gửi về những nắp chai màu hồng có in hình đặc trưng của công ty. General Mills sẽ tính ra 0,5 đôla từ mỗi nắp chai của hãng để quyên góp cho “Quỹ nghiên cứu ung thư vú” (The Breast Cancer Research Foundation), mục tiêu phấn đấu cho hoạt động này là 10 vạn USD.

CÔNG TY VẬN CHUYỂN MỸ

Công ty Vận chuyển Mỹ cũng áp dụng một kế hoạch như vậy. Bắt đầu từ tháng 10 năm 1998, họ đã cùng các cửa hàng chi nhánh riêng đồng tâm hiệp lực ủng hộ cho việc phòng chống bệnh ung thư vú.

Công ty này dựa vào mỗi lần gạch thẻ của bạn hàng để tính ra 25 cent ủng hộ cho Quỹ Komen Foundation. Mục tiêu quyền góp đề ra là 30 vạn USD.

HIỆP HỘI LÊ.CALIFORNIA

Quỹ Kome Foundation cũng thực hiện kế hoạch “Ăn Lê” để phòng trừ nguy cơ ung thư của Hiệp hội Lê California Prune Board. Hơn nữa, trong kế hoạch này còn đề ra mục tiêu quan trọng trong việc giáo dục từ thiện. Hiệp hội Lê California còn cho in ra hàng loạt các quyển hướng dẫn, giáo dục cách phòng và trị bệnh ung thư vú có tên “mua Lê để ăn cũng là một trong những phương pháp để phòng chống nguy cơ mắc bệnh” phát cho những người tiêu dùng. Ngoài ra, tất cả số tiền bán Lê từ tháng 10 năm 1998 đến tháng 4 năm 1999 đều đem quyền tặng cho quỹ Bảo trợ từ thiện. Mức quyền góp lớn nhất đạt 100.000 USD.

CÔNG TY BƯU THIẾP

Đối với những nghĩa cử cao đẹp trong các hoạt động từ thiện cũng như công sức và tâm nguyện dành cho những hoạt động này dẫn đầu là công ty Bưu thiếp. Vào năm 1999 công ty này đã quyền góp và ủng hộ với số tiền lên đến 1 triệu USD với mục đích nhằm để khuyến khích khách hàng tham

gia và cũng để phát triển mạnh mẽ lực lượng này. Khách hàng mua thiệp từ 18 tháng 4 đến 2 tháng 5, công ty sẽ trích ra một tỷ lệ phần trăm nhất định từ số tiền thu được từ mỗi lô bưu thiệp để hỗ trợ thêm cho các hoạt động từ thiện. Hơn nữa, để vận động sự ủng hộ nhiệt tình của khách hàng công ty còn tặng thêm một tờ thiệp miễn phí cho mỗi khách mua hàng.

SIÊU THỊ KINH DOANH VẬN CHUYỂN GIANT FOOD

-Siêu thị Giant Food là nhà tài trợ chính cho hoạt động Apples rỗng rã suốt 8 năm. Ở khu vực trung bộ thuộc nước này có hơn 3000 trường trung học và tiểu học và cũng chính vì phương án tài trợ cho hoạt động này đã đạt được hơn 15 vạn kiện hàng điện tử với tổng giá trị lên đến 4,7 tỷ USD, bao gồm máy vi tính, linh kiện phần mềm, máy in, vô tuyến...

Phương thức hoạt động ở đây là: Thầy và trò cùng tập hợp lại in những tờ biên nhận có ngày tháng của Giant Food cho đến khi kim ngạch đạt đến 30 nghìn USD rồi hoàn tất giấy tờ giao cho Giant và trường học này đã có thể đặt hàng. Khi Giant chuyển hàng đến, đồng thời cũng không quên chuẩn bị bánh gatô cho thầy và kem cho các học sinh. Hơn nữa, họ còn chúc mừng tất cả những nỗ lực công sức của thầy và trò cùng hợp lực bỏ ra để đạt được mục tiêu trong phương án, hầu như

tất cả những trường học nào tham gia vào hoạt động này cũng đều nhận được những món quà thưởng nhỏ.

Dựa theo thống kê của Giving USA năm 1997, số tiền mà các công ty của Mỹ quyên góp để tài trợ cho các hoạt động giáo dục vào năm 1996 là 27 tỷ USD.

SIÊU THỊ KINH DOANH VẬN CHUYỂN FARM FRESH

Siêu thị Farm Fresh cũng tỏ ra không thua kém so với các bậc đàn anh. Họ đã cùng Millet Mart và Wachovia Bank cùng thành lập một kế hoạch lấy tên là ABC (A đại diện cho thiết bị nghe nhìn, B đại diện cho sách vở, C đại diện cho điện tử) cùng hợp tác với khách hàng khác nhằm tài trợ cho những trường học ở bản địa. Đầu năm 1999, Farm Fresh đã hợp tác với các doanh nghiệp cho thuê băng cát xet để giao lại cho những trường học. Tham gia vào hoạt động này, những trường học đó còn được tài trợ miễn phí máy vi tính, vô tuyến, những thiết bị phần mềm, máy tập thể dục.

CỬA HÀNG XAY BỘT THỰC PHẨM THÔNG DỤNG

Một công ty năng động trong ngành thực phẩm cho ra hoạt động “giữ lại nắp bình bảo vệ sức khỏe cuộc sống”, đẩy mạnh tiêu thụ loại sữa đặc cao cấp nhất hạng. Khách hàng lấy nắp bình hình nụ hoa

màu phấn hồng có in tiêu chí đặc biệt gửi về. Mỗi khi nhận được nắp bình nư hoa họ liền trích ra 50 cent tiền quyền góp cho “hội quỹ nghiên cứu ung thư vú” có mục tiêu 10 vạn đô la.

LIÊN THÔNG MỸ

Liên thông Mỹ cũng cảm thấy mình đang ôm ấp một kế hoạch như vậy. Tháng 10 năm 1998 họ đã hợp đồng với các nhà thương nghiệp đồng tâm hiệp lực phấn đấu vì việc phòng chống bệnh ung thư vú. Những người cầm thẻ mỗi lần xoa thẻ, liên thông Mỹ nhận quyền góp 25 cent cho hội quỹ Komen (Koment Foundation). Mục tiêu của khoản dự trù này là 30 vạn đôla.

HIỆP HỘI QUẢ MẬN BANG CALIFORNIA

Về mức độ quan tâm tới vấn đề thảo luận này, công ty thẻ Hạ Hiện cũng được coi là nhân vật số 1. Năm 1999 nhân ngày tết “người mẹ” đã có 100 vạn đô la quyền góp. Để khuyến khích khách hàng tiêu dùng từ ngày 18 tháng 4 đến ngày 2 tháng 5 công ty lại rút ra một tỷ lệ nào đó trong mỗi khoản tiêu thụ của thẻ này góp vào để làm cho khoản quà tặng tiếp tục tăng thêm. Họ cổ vũ khách hàng giúp đỡ cho nên người mua hàng đều có thể nhận được một tấm thẻ miễn phí ngoại ngạch.

SIÊU THỊ LIÊN DOANH GIANT FOOD

Siêu thị liên doanh Giant Food của bang Malilas đã 8 năm nay vẫn luôn là người tài trợ của hoạt động do chương trình Apples Plus tổ chức. Hơn 3000 trường trung học, tiểu học khu vực miền Trung Atlanta đã nhận được trên 15 vạn kiện máy đo điện tử, tổng trị giá vượt hơn 47 triệu đô la, gồm có máy tính điện tử, phần mềm, máy in, màn hình tivi, kính hiển vi...

Biện pháp hoạt động: giáo viên và học sinh cùng sưu tập những biên lai Giant Food có in ngày tháng, khi tổng giá trị các biên lai đó đạt đến 3 vạn đôla thì sắp xếp chỉnh lý chúng lại giao cho Giant Food. Nhà trường này đã có thể “đặt hàng” và khi Giant đưa hàng đến còn kèm theo cả bánh gatô chuẩn bị sẵn tặng các thầy cô, kem cốc tặng cho tất cả học sinh để chúc mừng sự nỗ lực chung của thầy và trò trong việc hoàn thành mục tiêu này. Tất cả các trường tham gia hoạt động này vẫn thường xuyên nhận được những tặng phẩm nhỏ hơn.

Căn cứ vào thống kê của Giving USA năm 1997: công ty Mỹ đã hoạt động tài trợ cho giáo dục cả năm 1996 tổng cộng 27 triệu đôla tiền quyền góp.

SIÊU THỊ LIÊN DOANH FARM FRESH

Siêu thị liên doanh cũng không chịu đi sau người

khác, họ đã cùng với Miller Mart và Wachovia Bank vạch ra kế hoạch ABC's (A là ký hiệu thiết bị nghe nhìn, B là ký hiệu của thư tịch, C là ký hiệu máy tính điện tử) đã cùng hỗ trợ với khách hàng để giúp đỡ các trường học trong địa bàn.

Nửa năm đầu 1994 những nhà trường nào tiếp tục tham gia hoạt động này nếu thuê băng hình của Farm Fresh và các đơn vị hợp tác với nó thì đều có thể nhận được tivi, máy tính điện tử, phần mềm, và cả dụng cụ thể thao miễn phí.

CỬA HÀNG LIÊN DOANH CHIẾT KHẤU TARGET

Cửa hàng liên doanh chiết khấu cũng thành lập quỹ “Quyên góp nhẹ nhàng cho trường học” giúp đỡ các trường học là khách hàng với mục đích tài trợ từ thiện một cách nhiệt tình. Khi bạn sử dụng thẻ nợ Target tiêu dùng 1% tổng ngạch tức là bạn đã đóng cho nhà trường được chọn trước, một năm 2 lần. Người tiêu dùng không cần phải bận tâm tính toán xem kim ngạch của mình đã xóa đi nhiều hay ít. Target đã chủ động theo dõi ghi chép việc xóa thẻ, chủ động rút ra từng khoản mục chính xác cho đến hiện tại, kim ngạch tích lũy đã lên đến trên 80 vạn đôla, số nhà trường được giúp đỡ trên 5 vạn trường mà nguyện vọng của Target không dừng tại đây. Năm 1998 chỉ cần bán mua bất kỳ loại thuốc, sản phẩm nào liên quan đến sức khỏe

tại cửa hàng này, họ đều quyên góp cho viện y học nghiên cứu nhi đồng St. Jude (St. Jude Children's Research Hospital) hợp đồng hỗ trợ cùng viện này nghiên cứu về bệnh ung thư và những tật bệnh có thể ảnh hưởng lớn đến sinh mạng trẻ em.

CÔNG TY DAYTON HUDSON

Tinh thần và tấm lòng từ thiện của Target đến từ cộng đồng các doanh nghiệp. Trong chính sách kinh doanh của công ty Dayton Hudson thành phố Mingniapoli là công ty mẹ - đã định ra một điều khoản rõ ràng như sau: quyên góp 5% lợi nhuận cho công ty ở địa bàn sở tại để làm tiền hoa hồng. Năm 1998 riêng khoản này tổng kết được 57 triệu đôla.

CỬA HÀNG LIÊN DOANH PISA TOÀN THẮNG

Cuối năm 1996 hoạt động "Book it" của khách hàng làm cho 22 triệu học sinh tiểu học hiểu rõ thêm được trong sách có mùi. Ở trong nhà trường tham gia hoạt động miễn phí này các giáo sư chỉ định mục tiêu sách đọc hàng tháng, cứ 5 tháng một kỳ nếu học sinh mỗi tháng đều đạt được mục tiêu, các giáo sư sẽ phát quà tặng PISA nhỏ cho từng cá nhân, mỗi trang phiếu một khẩu vị. Nếu trong 5 tháng này, tất cả học sinh trong lớp đều đạt mục tiêu, thì lớp này có thể nhận được một tiệc PISA miễn phí. Trẻ nhỏ 10 tuổi đương nhiên còn

không thể tự lái xe đến nhà ăn. Cho nên chúng tôi tin rằng khối lớn PISA của cửa hàng liên doanh này chắc hẳn cũng vì thế mà có thể tiêu thụ mạnh.

LIÊN THÔNG MỸ

Giới doanh nghiệp cũng có thể làm cho người tiêu dùng tham gia các hoạt động từ thiện mà chính họ cũng đang muốn gia nhập Liên thông Mỹ nhận lời đem khoản tiền thu được là 5 triệu đôla quyên góp cho Word Manuments Watch. Tổ chức này hiện nay chủ yếu quyên góp giúp cho việc khắc phục hậu quả sau động đất ở St. Francis of assisi shrine và cả ở Taj Mahal để loại trừ những thiệt hại do ô nhiễm hàng thế kỷ trở lại đây. Điểm số lợi nhuận mà hội viên thẻ Liên thông Mỹ nhận được có thể đổi thành tiền mặt quyên góp cho tổ chức này. Đồng thời Liên thông Mỹ cũng bỏ ra một khoản đóng góp giá trị tương ứng.

CÔNG TY DẦU MỎ PHILLIPS

Thổi phồng nó lên một chút nhé! Nếu khi người tiêu dùng cùng tham gia hoạt động từ thiện của công ty nào đó mà họ không có liên quan mật thiết, công ty dầu mỏ Phillips (Phillips Petrolenm Company) sẽ thông qua một mục quảng cáo lưu hành toàn nước Mỹ để cho người tiêu dùng hiểu được trách nhiệm bảo vệ môi trường hết sức thiện chí của họ như thế

nào. Trong đó có một quảng cáo đặc biệt nhấn mạnh một khoản thành lập khu vực giáo dục sinh thái để bảo vệ loài chim ưng đầu hói, các loài chim nước và cả các loại vượn đen trên địa bàn.

Căn cứ vào cuộc điều tra của công ty truyền thanh Cone, năm 1997 phát hiện 76% người tiêu dùng có xu hướng đổi dùng những thương hiệu có hình tượng công ích.

HÃNG CHẾ TẠO BỘ LỌC NƯỚC BRISTA

Hãng chế tạo bộ lọc nước Brista đã làm sạch nước cho các địa phương là tán đồng kế hoạch làm sạch bãi biển quốc tế mỗi năm một lần. Hoạt động mỗi năm được mở rộng đến các bãi biển các đảo và bãi biển của nước Mỹ cũng như hơn 90 nước trên thế giới. Chỉ tính riêng nước Mỹ số người tham gia lên đến 20 vạn người.

NGÂN HÀNG QUỐC GIA

Hãy xem một ví dụ của ngân hàng quốc gia (hiện nay là ngân hàng Mỹ) đã tổ chức giúp đỡ các doanh nghiệp về nghệ thuật và hoàn thiện ưu đãi cho khách hàng. Ở mỗi khu vực có điểm thiết lập doanh nghiệp thường xuyên tán đồng các loại biểu diễn triển lãm. Năm 1999 ngân hàng này cùng với trung tâm nghệ thuật đương đại Virginia và nhà bảo

tàng nghệ thuật Kelaigile hợp lực đẩy mạnh triển khai “nghệ thuật thủy tinh”. Để đáp lại sự giúp đỡ vật tư tài chính và lực lượng của ngân hàng này, đặc biệt mở ra một buổi diễn dành riêng mời các nhà quản lý tài chính các doanh nghiệp của họ.

CÔNG TY ĐIỆN TÍN AT&T

Kế hoạch dự định của Keynold Levey về quản lý các hoạt động từ thiện của AT & T đã có cả một quá trình trên 10 năm. Công ty dịch vụ điện thoại đường dài lớn nhất nước Mỹ này đã quyên góp tổng cộng trên 1 triệu đôla.

Trong tác phẩm “Cho và được” của Levy đã nhấn mạnh rằng tiến hành hoạt động từ thiện không được chỉ hạn chế ở hình thức quyên góp tiền bạc. “Tổ chức phi lợi nhuận có thể có những nhu cầu bức thiết quyên tặng bằng tiền mặt và những món quà này”. Levy nói “ví dụ như AT & T những dịch vụ thông tấn điện thoại, quảng cáo, đưa ra tiêu thụ có liên quan, tiến hành tiêu thụ tặng phẩm đặc biệt chuyên viên cho vay, bất động sản, sử dụng thiết bị... đưa ra quyên tặng “coi như bạn đã cung cấp một điểm tốt, và thậm chí còn nhiều hơn thế nữa!”

CỬA HÀNG LIÊN DOANH BÁNH MỠ DO THÁI BAGELWORK

Không nhất thiết hoạt động từ thiện, cửa hàng liên doanh bánh mỳ Do Thái Bagel work ở thành

phố Keene bang Xinhanpuxia này có thủ pháp tương đối là đơn giản: yêu cầu khách hàng bỏ phiếu, có số phiếu cao nhất có thể nhận được khoản quyền tặng đến 500 đôla, mọi giới thiệu thương phẩm quyền tặng kể cả sự hỗ trợ nghĩa vụ về mặt quản lý của cơ cấu này được trưng bày trong cửa hàng miễn phí.

NHÀ ĂN LIÊN DOANH NOAH'S BAGELS

Nhà ăn liên doanh Noah's Bagels ở bờ tây nước Mỹ thông qua hoạt động "Quan tâm đến cùng tinh thần Do Thái" đầu tư cho sự nghiệp từ thiện. Thông qua điều tra khách hàng để tìm ra đối tượng giúp đỡ xứng đáng và áp dụng những việc làm như sau: Lấy số bánh mỳ người Do Thái chưa bán hết trong ngày đem cho những người vô gia cư, mời các hãng phụ trách xây dựng cửa hàng mới cùng hỗ trợ dịch vụ khu vực, hợp đồng hỗ trợ các trẻ nhỏ có hoàn cảnh khó khăn tham gia hoạt động.

CỬA HÀNG KEM CỐC BEN&TERRY'S

Tháng 4-1999 người viết bài này đã nói trên quảng cáo của hãng kem cốc Ben & Terry's là trong tháng này mỗi lần bán ra một món hàng cho khách, họ liền bỏ ra 50 cent tiền quyền góp cho tổ chức nghiên cứu và phát triển nhi đồng (Child Development

Resourcco- CDR). Đây là một tổ chức phi lợi nhuận, chuyên giúp đỡ nhi đồng và gia nhân của họ. Đương nhiên, chúng tôi đến đây để ăn kem, chỉ đơn thuần nghĩ rằng CDR đã hết lòng hết sức phục vụ mọi người, dùng một chiếc máy nâng trọng tải 50 tấn treo chiếc ô tô giữa lưng chừng trời đúng suốt sáu ngày và trong thời gian biểu diễn kỹ năng đặc biệt này mỗi lần bán ra một chiếc xe công ty này lại tách ra 200 đôla làm tiền quyên góp một y viện nhi đồng trong địa bàn.

CÔNG TY CHO THUÊ TIẾT KIỆM

Tháng 9 năm 1998 công ty cho thuê xe tiết kiệm này đã thực hiện một kế hoạch tiêu thụ “Quê hương cùng tới” (Neiglibors Togerther) kéo dài suốt một tháng. Mỗi lần cho thuê một chiếc xe, công ty này lại bỏ ra ít nhất 50 cen quyên góp giúp đỡ trẻ em nhi đồng.

CỬA HÀNG LIÊN DOANH CAFE STAR BUCKS

Gần đây toàn bộ 75 cửa hàng cafe star buckes của một vùng Washington để cho khách hàng có những lý do chính đáng thường xuyên đến đây uống cafe, họ đã thiết kế một loại ly cafe có nắp đậy kèm theo, có thể sử dụng lại để tài trợ cho National Race for the care, một tổ chức chuyên việc nghiên cứu phòng chống ung thư vú và đẩy mạnh

giáo dục. Định giá của cốc này là 6,95 đôla, đi kèm theo cốc này có một tờ tặng phẩm, bằng một cốc để uống, đồng thời Star bucks còn trích ra một cốc 2 đôla làm tiền quyên góp.

CÔNG TY ĐỒ DÙNG GIA ĐÌNH PROCTER & GAMBLE

Công ty Procter & Gamble, P & G, một công ty có uy tín cao trong lĩnh vực gia đình, gần đây thông qua việc chiết giá để giúp đỡ những trẻ nhỏ không may bị bệnh hiểm nghèo. Công ty này đã gửi đi một bản chiết giá tới người tiêu dùng. Khi sử dụng 1 tờ Procter & Gamble liền trích ra 10 cent gửi đến tổ chức từ thiện “Cho trẻ em toàn thế giới”, mục tiêu của nó là 5 vạn đôla.

Procter & Gamble ngoài hoạt động bằng tờ chiết giá còn có đối tượng được tài trợ là “hội quĩ bệnh nhọt bọc của Boomer esiason” (Boomer esiason Foundation for cystie fibrosis). Tờ chiết giá còn kèm theo những thông tin sau: “Mỗi lần sử dụng tờ chiết giá trong đó P & G sẽ trích ra 5 centgóp cho hội quĩ bệnh nhọt bọc của Boomer esioson, mục tiêu là 10 vạn đôla.

CÔNG TY GIA CỤ IKEA

Ngành gia cụ vương quốc Thụy Điển IKEA từ năm 1998 đã liên kết với hai tổ chức phi lợi nhuận, cũng sản xuất ra món đồ của ngày lễ tết trong gia

đình. Trước hết là họ hợp tác với ngành lâm nghiệp Mỹ quốc (America forests) cho ra đời kế hoạch “Tree fund program”: người mua cây giáng sinh mới chặt IKEA (giá bán đặc biệt 20 đôla) có thể trong 2 ngày trồng tháng 1 đem trả lại đổi lấy một tờ tặng phẩm IKEA mệnh giá 20 đôla. Cây giáng sinh trả lại đó sẽ được xử lý chăm bón thỏa đáng, đồng thời trồng lại trong thời gian này. IKEA hết sức đẩy mạnh tiêu thụ thiệp mừng của UNICEF (Quỹ nhi đồng liên hợp quốc), tiền thu được sẽ tài trợ cho UNICEF theo phương án giúp đỡ nhi đồng khắp toàn cầu. Ngoài ra, mỗi lần bán ra 1 hộp IKEA sẽ quyên thêm 1 đô la ngoại ngạch cho hội đồng UNICEF nước Mỹ (US. Committee for UNICEF).

CÔNG TY ĐIỆN TÍN 10.10.220

Hoạt động chuyên đề có thể nâng cao thành tích cũng có thể giúp đỡ sự nghiệp từ thiện. Ngành dịch vụ điện thoại đường dài tới đây sẽ có cạnh tranh kịch liệt. Những công ty điện tín 10.10.220 thì ngược lại có biện pháp cố gắng hết sức để giành lại tên gọi đẹp đẽ, mang hạnh phúc cho mọi người. Mỗi năm 1 lần viện trợ cho hội diễn ca nhạc phát triển nông nghiệp, người tiêu dùng chỉ cần sử dụng dịch vụ thông thoại một lần do công ty này cung cấp, họ sẽ trích ra một phần tiền làm quyên góp cho hội diễn.

HARRY & DAVID+ JACKSON & PERKINS

Liên hợp tài trợ làm hành động từ thiện tích tiểu thành đại, cũng là một thủ pháp tuyệt đẹp trong lĩnh vực mở rộng tiêu thụ trên thị trường. Dưới sự tài trợ của the Better homes find (Do quỹ phi lợi nhuận của tạp chí Better home's Garden's tài trợ) công ty bưu điện hộp quà thực phẩm Harry & David và công ty bưu điện hoa tươi Jackson & Perkins cùng hợp tác giúp đỡ phương án DSTART, lấy việc giúp đỡ nhi đồng trước tuổi đi học toàn nước Mỹ làm mục tiêu, họ cùng cho ra đời hộp quà "Hoa hồng kỳ tích". Cứ bán ra mỗi hộp cả hai công ty liền góp 5 đôla. Phương án này đã được triển khai từ năm 1992, đến nay tổng số tiền quyên góp được 1,6 triệu đôla.

SỞ THUỐC LIÊN DOANH ECKERD

Sở thuốc liên doanh Eckerd và công ty y dược phẩm Mcneil hợp tác cùng giúp đỡ cho phong trào an toàn nhi đồng toàn nước Mỹ (National safe kids Campaigner). Sở thuốc này đã lên tiếng đến công ty McNeil mua sản phẩm, hoặc đến Eckerd mua thuốc, tức là bạn đã gián tiếp giúp đỡ cho phong trào an toàn nhi đồng toàn nước Mỹ. Phong trào này có nhiệm vụ giáo dục dự phòng cho đại chúng về sát thương ngoài ý muốn của lứa tuổi nhi đồng, đó là những sát thủ hàng đầu của lứa tuổi dưới 14.

CÔNG TY BÁCH HÓA BLOOMINGDAR'S

Có một động tác gần đây của công ty Bách hóa Bloomingdar's đã lôi cuốn được nhiều hơn số khách hàng đến công ty, cũng là tổ chức từ thiện quyền góp được khoản tiền. Đó là một hoạt động vào ngày thứ hai "Bỏ ra 1 đồng cũng được ưu đãi mua hàng một đồng". Người tiêu dùng trước hết mua một tờ phiếu 10 đôla, công ty này sẽ tặng thêm 5 đôla nữa, toàn bộ số tiền này gộp lại giao cho một tổ chức từ thiện do khách hàng chỉ định. Còn trang phiếu này có thể dùng làm tờ chiết khấu 15%, mua bất kỳ thương phẩm nào của công ty này. Ngoài ra, tháng 3 năm 1994 Blooming Dar's cũng đã mời khách hàng ở bang bắc Newzhesi tham gia bữa ăn trưa ngày thứ hai, tổ chức tại cửa hàng trên quảng trường Riverside Square. Với 20 đôla có thể có một bữa ăn ngon miệng, đẹp mắt do các đầu bếp nổi tiếng của vùng này làm sẵn. Còn những đầu bếp của Blooming Dar's, kể cả hăng cung ứng dụng cụ bàn ăn Calphalon đều không phải trả tiền. Nói cách khác là 20 đôla đó của khách hàng đã có tác dụng cho nhiều người cùng hưởng, đây là một tổ chức giải quyết vấn đề đói nghèo của nước Mỹ. Ngoài ra, khách hàng có thể được một phần quà miễn phí và cộng thêm ưu đãi chiết 8 các thương phẩm của calphalon.

CÔNG TY MUA HÀNG QUA BƯU ĐIỆN CHEF'S

Chef's là một doanh nghiệp bán hàng qua bưu điện các loại dụng cụ nấu ăn, để dùng trang trí trong nhà. Trong bản mẫu hình này có hai trang chuyên để trưng bày các thương hiệu đặc biệt, bao gồm calphalon, wusthof, delonghi, chef's choice. Người tiêu dùng nếu mua bất kỳ thương phẩm nào trong đó, công ty này sẽ tự động trích ra 5 đôla làm quyền góp cho hoạt động tài trợ của SOS.

CỬA HÀNG NGHỆ THUẬT VƯỜN COOKE'S GREEN HOUSE.

Qui mô của cửa hàng nghệ thuật vườn Cooke's Green house rất nhỏ, nhưng một hoạt động xúc tiến tiêu thụ gần đây của nó làm cho toàn thể dân chúng khu vực này phải tranh nhau mà chạy tới, chọn mua cây mùa xuân. Tại đó - Cooke's đã hợp tác với công ty kinh doanh nhà đất Berkeley, lấy lợi nhuận thu được bằng bán một số thương phẩm đã chỉ định trong ngày cuối tuần tặng toàn bộ cho nhà bảo hộ động vật Heritage Humane socciety.

CÔNG TY NGHỆ THUẬT VƯỜN KEN MATFEWS

Một công ty nhỏ khác là công ty nghệ thuật vườn Ken Mattews Landscape Nursery chọn ra một ngày cuối tuần nào đó trong tháng ba để tổ chức hoạt

động xúc tiến tiêu thụ “phân ủ cường nhiệt”. Ngoài “giá cả điên rồ của phân ủ” công ty này còn tài trợ cho một cuộc đua tài ném bóng rổ, toàn bộ số tiền thu được quyên góp cho Hiệp hội làm khô thịt bắp (Muscular Dystrophy association), cho nên rất hoan nghênh người tham gia đua tài ném bóng vào rổ, cái giá phải trả cho hai lần ném bóng không vào là 2 đôla, mua hàng đều có ưu đãi chiết khấu.

CÔNG TY BẢO HIỂM NHÂN THỌ TÂY BẮC

Có đôi khi, giá trị lao động cơ bắp không trả bằng tiền bạc, có những năm công ty bảo hiểm nhân thọ Tây Bắc (Northwestern Mutual life) thực hiện dịch vụ nghĩa vụ, còn lấy tiền trả ra của những công nhân viên đã thỏa thuận để “thưởng phục vụ cho khu vực công nhân viên”. Mỗi năm công ty này gửi tặng 1 vạn đôla cho tổ chức phi lợi nhuận đại diện cho công nghệ tuyệt trần. Ngoài ra còn 10 người “công nghệ hiện đại” đại diện cho mỗi nhóm người này, nhận được phần thưởng 5000 đôla, kèm theo tất cả công nhân viên của bảo hiểm nhân thọ Tây Bắc mỗi năm cống hiến nghĩa vụ 85000 giờ cho 200 tổ chức phi lợi nhuận.

CHUYỂN GIAO NHANH UPS

UPS tham gia lập kế hoạch Welfare to work, ngoài việc giúp đỡ những người khó khăn nghèo

đổi còn củng cố bộ phận dịch vụ của họ. UPS của nước Mỹ đã từ trong danh sách lĩnh tiền cứu tế để tuyển nhân viên tiền lương và mọi đãi ngộ khác hoàn toàn giống như những công nhân viên đang làm việc. Như vậy số người tuyển chọn lên tới trên hai vạn người.

Còn kế hoạch thứ hai của công ty chuyển giao nhanh hàng đóng gói lớn nhất toàn cầu là bỏ tiền ra cho những người quản lý kinh doanh được nghỉ một tháng đến những khu vực có nhu cầu hỗ trợ để phục vụ từ năm 1968, tham gia mục quản lý kinh doanh “hoạt động thực tập khu vực UPS”, tổng cộng có trên 1000 người. Họ đã tham gia các tổ chức phi lợi nhuận giúp đỡ thanh thiếu niên khu dân nghèo, xây dựng tạm thời nhiều nhà và trường học cho nông dân phải di dân. Những người tham gia này có thể được điều động đến 4 khu vực là: Chicago, New York, Chattoga ở bang Pianaxi hoặc McAllen bang DE.

CỬA HÀNG CHĂM SÓC VẬT NUÔI TRONG NHÀ PETS MART

Cửa hàng liên doanh chăm sóc vật nuôi trong nhà Pets mart thành lập công ty từ thiện chuyên trách các hoạt động từ thiện Hăng chế tạo thức ăn cho những con vật cưng chiều Bill - Fac đã liên kết với nhà hàng pro plan tiến hành một hoạt động:

trong tháng, chỉ cần sản phẩm của họ tại Pets Mart bán ra được 1 pound họ sẽ bỏ ra 1 cent tiền quyên góp. Ngoài ra hãng Nature's Recipe cũng đẩy mạnh tiêu thụ tương tự như vậy, cửa hàng thức ăn cho chó Specific Formula hoặc cửa hàng thức ăn cho chó mèo original dưới ngọn cờ của công ty này, mỗi khi tại đây bán ra được một bao đáng 176 pound họ sẽ bỏ ra 1 đôla tiền quyên góp.

CÔNG TY FIDELITY

Fidelity Investments, công ty lớn của quỹ cộng đồng đã nhờ vào sự hỗ trợ của khách hàng đưa vào quỹ tặng từ thiện, đã được nâng cao lượng khách hàng mong muốn trở lại. Quỹ "tặng quà từ thiện" làm cho khách hàng vừa có thể làm từ thiện vừa có thể được hưởng đầy đủ điểm tốt của sắc thuế bao gồm:

- * Lập tức nhận được lợi ích sắc thuế quà tặng từ thiện do chi ra mà có.

- * Tránh được tăng giá chứng khoán thuế lợi tức tư bản đã trưng thu.

- * Về lâu dài có tiềm lực tăng trưởng, có thể tăng thêm phần quyên tặng từ thiện.

- * Fidelity đảm bảo những khoản mục này sẽ tự động chuyển vào cho tổ chức từ thiện do họ chỉ định.

Công ty nguồn năng lượng điện lực Green Mountain giữ lại được khách hàng, đôi khi trên thực tế không khó lắm, chỉ cần cho họ cơ hội làm từ thiện là được rồi.

Công ty nguồn năng lượng điện Green Mountain lựa chọn cửa hàng chế tạo thiết bị nguồn năng lượng hoàn thiện công tác bảo vệ môi trường để mua thiết bị vật liệu nguồn năng lượng. Sau khi mua về lại lợi dụng những đường ống đã có bán ra với ý thức bảo vệ môi trường cao. Lưu ý người tiêu dùng về nguồn gốc của nguồn năng lượng. Khách hàng có thể lựa chọn tùy ý những phối kiện nguồn năng lượng của họ như tổng hợp nguồn năng lượng mặt trời 50% sức gió, 30% địa nhiệt, 20% để thay cho bưu kiện phát hành chuyển đến.

CỬA HÀNG LIÊN DOANH KÍNH MẮT LENS CRAFTERS

Cửa hàng liên doanh bán lẻ kính mắt Lens Crafters ra sức ủng hộ hoạt động “Để khôi phục lại thị lực”. Hoạt động này do Hội sư tử quốc tế (Lions Clubs) tài trợ, cứ tháng 5 hàng năm sưu tập các loại kính mắt đã dùng tặng lại cho các gia đình Trung Quốc không đủ tiền chi trả cho việc điều chỉnh thị lực. Cửa hàng liên doanh này có kim ngạch 1 triệu đô la, có hơn 700 quầy hàng, mỗi nơi đều chuẩn bị sẵn một hòm thu hồi. Việc làm đó không chỉ lôi cuốn được số đông dân chúng mang kính mắt cũ

đến mà còn có không ít những khách hàng có nhu cầu lắp bộ kính mới.

CỬA HÀNG TRANG PHỤC NHI ĐỒNG HANNA

Cửa hàng trang phục nhi đồng Hanna ở Patlan bang Oulegang vì đưa ra chuyên án “Hannadowns” mà đạt được 3 thành tích lớn: quảng cáo được phẩm chất cao của trang phục nhi đồng của họ để cho khách hàng không ngừng trở lại, giúp đỡ rất nhiều nhi đồng bất hạnh. Họ yêu cầu khách hàng mang trang phục của Hanna mà trẻ nhỏ không mặc được nữa đến trả lại công ty. Khách hàng có thể đổi lấy phiếu ưu đãi chiết 8% cho lần sau trở lại mua hàng. Còn Hanna thì mang những quần áo cũ này tặng lại các trẻ em có nhu cầu. Hiệu quả như thế nào? Bình quân mỗi tháng thu hồi như vậy, quần áo mới lại được bán ra đến hơn 1 vạn chiếc.

CÔNG TY DỆT DESIGUTEX

Desigutex công ty em của Steel case nhận được sự ủng hộ nhiệt liệt của khách hàng có ý thức bảo vệ môi trường bởi vì sản phẩm dệt của nó không chỉ giá cả hợp lý mà còn có thể phân giải được 100%. Ngoài ra nguyên liệu của những sản phẩm dệt này đều là chất hữu cơ, quá trình chế tạo hoàn toàn không độc hại. Vì thế khi sản xuất chế tạo cũng như khi sử dụng đều không tạo ra ô nhiễm môi trường.

HÀNG CHẾ TẠO ĐỒ DÙNG BẰNG NHỰA RUBBERMAID

Công ty Rubbermaid thành phố Wooster bang Ohio đã sản xuất ra hộp cơm bảo vệ môi trường, không chỉ làm cho người tiêu dùng chân chính có thể lựa chọn sản phẩm có tính bảo vệ môi trường, còn làm cho mức chiếm hữu thị trường hộp cơm của nó tăng vượt lên 10%. Thời kỳ đầu những năm 90, thông qua một phương án có tính pháp lệnh, yêu cầu cưỡng chế mỗi tuần ít nhất phải dùng hộp cơm bảo vệ môi trường 1 lần, lúc đó sản phẩm này đã được mọi người chú ý tới, nhu cầu thị trường tăng vọt hẳn lên.

XƯỞNG DƯỢC SMITH KLINE BECKHAM

Hãy nói về một ví dụ “tự nó biết nói” của Smith Kline Beckham - xưởng dược lớn khởi nghiệp tại Anh quốc. Năm 1998 đã cùng với tổ chức vệ sinh quốc tế (World health Organization - WHO) lập ra kế hoạch có doanh thu cao tới 1 triệu đôla. Smith Kline Beckham phụ trách quyền hiến các loại thuốc chữa trị các bệnh thuộc tuyến limpo, chứng bệnh này là một trong 6 bệnh có thể trừ được tận gốc trên toàn cầu. Hiện nay có gần 1 tỷ 2 triệu người đang bị căn bệnh này hành hạ.

CÔNG TY ĐỒ DÙNG HÀNG NGÀY TOM'S OF MAINE

Tom's of Maine sản xuất thuốc đánh răng, hoàn toàn sử dụng dược liệu thiên nhiên, cũng chọn

dùng “quá trình chế tạo đóng gói địa cầu yêu thích”. Năm 1998 mừng Tom’s tròn 25 tuổi đã lấy một phần lợi nhuận quyền góp cho tổ chức bảo vệ môi trường

HÃNG GIẤY THỂ THAO STRIDE RITE

Hãng giấy thể thao Stride Rite ở Lexington bang MA đã nói như thế này với người tiêu dùng: “Có một số trường hợp của bạn lựa chọn tạo ra những cống hiến so với sức tưởng tượng của bạn còn được nhiều hơn nữa? “Về điểm này thì không sai! Đặc biệt là họ sản xuất giày trẻ em mang tiêu chí “liên minh cứu giúp nhi đồng”. Người tiêu dùng mỗi lần mua một đôi Stride Rite liền đem 3% đến 4% giá bán quyền tặng liên minh này. Thời gian của hoạt động này đã bắt đầu từ ngày 1-8-1997 và kéo dài đến ngày 1-12-1999 thì dừng, và công ty này bảo đảm chỉ ít sẽ quyền góp được 82500 đôla.

THẺ DISCOVER

Cứ mỗi năm mới đến, người có thẻ tròn 1 năm của Discover sẽ được một phiếu chi “hoa lợi tặng lại bằng tiền mặt”, mệnh giá vẫn căn cứ vào tính toán theo công thức tiêu chuẩn mà ra, mức độ tặng lại trong khoảng 0,25 đến 1% hạn ngạch tiêu dùng cả năm. Phiếu chi gửi kèm trong thư, ngoài việc cảm ơn sự giúp đỡ tận tình của người cầm thẻ, họ còn giải thích thủ tục đăng ký đóng dấu ở mặt sau

phiếu chi, ngoài ra còn có một phong bì thư phía trên in sẵn địa chỉ và tên người nhận, cấp cho khách hàng có ý nguyện quyên góp phiếu chi cho “hội quĩ cầu nguyện”. Xem ra số người có ý như vậy đích thực không ít. Từ năm 1998 đến nay phiếu chi tặng lại của người cần thẻ Discover còn cộng thêm khoản tiền tặng cá nhân, tổng cộng bỏ ra 1,3 triệu đôla làm tiền quyên góp.

SIÊU THỊ WUKELA

Siêu thị Wukela cũng cung cấp xe bán hàng có dán thông tin quảng cáo hoạt động từ thiện. Bằng hoạt động “Quà tặng vàng” nhà hàng sẽ theo dõi sát tổng kim ngạch của toàn gia đình người tiêu dùng. Sau đó đem những số liệu này ghi vào thư thông báo cho khách hàng, kèm theo “Quà tặng vàng” tương đương mức kim ngạch tiêu dùng. Khách hàng có thể lấy tờ quà tặng này tặng lại tổ chức từ thiện mà họ yêu thích nhất, tổ chức này sẽ căn cứ vào tờ quà tặng mang đến Wukela đổi lấy tiền mặt, tổng cộng toàn bộ kế hoạch là 67.000đôla.

Trong năm 1998 có 118 tổ chức thu được trên 1.000 đôla quyên góp trợ giúp, số kim ngạch thặng dư do hàng trăm tổ chức phi lợi nhuận khác phân bổ. Từ năm 1987 đến nay, phương án này tổng cộng đã cấp ra trên 740 vạn đôla tiền quyên góp, đồng thời Wukela cũng dành quyền hợp tác với doanh

ngiệp, kết hợp tổ chức, thúc đẩy hoạt động từ thiện. Hãy xem hai ví dụ điển hình dưới đây.

Công ty General Mills đồng ý mỗi sản phẩm của Wukela bán ra sẽ trích 3 cent đóng góp cho tổ chức tài trợ trẻ em bất hạnh và người già.

HÃNG DU LỊCH ROSENBLUTH

Đôi khi đối tượng để tài trợ cũng có thể là một cá nhân nào đó.

Trong một hội nghị, hãng Dulich Rosenbluth đã tình cờ phát hiện ra một cô gái cần phải phẫu thuật ghép phổi mới mong có cơ hội sống sót. Họ thấy cô ta ngồi ở phòng chờ với lá đơn xếp ở hàng cuối cùng, mà hi vọng được ghép phổi gấp dường như không thể thực hiện và thế là toàn thể công nhân viên trong công ty cùng đồng tâm hợp lực tìm cách mở ra cho cô gái đó một con đường sống. Cuối cùng cũng đã tìm được một cách là đưa cô gái đó cùng người nhà của cô lên máy bay. Đồng thời họ hoàn tất mọi thủ tục nhập viện cho cô, ngoài ra, còn bố trí nhân viên của mình luôn túc trực bên cạnh để chăm sóc. Kết quả là ca phẫu thuật đã thành công.

Tác giả cuốn “Doanh nghiệp ưu việt” thuộc Công ty CEO, ông Hal Rosenbluth khi hồi tưởng lại câu chuyện trên đã nói: “Chúng tôi đương nhiên không thể ngày nào cũng có được cơ hội cứu sống một sinh mệnh, nhưng chúng tôi sẽ cố gắng tìm mọi

cách để khiến cho cuộc sống của mọi người tốt đẹp hơn. Và nếu việc kinh doanh được xuất phát từ góc độ đó, sẽ luôn đem lại cho ta những niềm vui và những thu hoạch bất ngờ”.

CÔNG TY THỰC PHẨM CHAY RELLA GOOD CHEESE

Công ty Rella Cheese thuộc Santa Rosa đã đưa chỉ tiêu kinh doanh của mình trong năm 1998 là 4 triệu USD, lợi nhuận định kỳ thu được giao động từ 1 đến 2 vạn USD. Trong khi tổng kết kết quả kinh doanh đầu năm, công ty đã quyết định đem tất cả số thuế đó đóng góp cho các tổ chức từ thiện.

CÔNG TY THỰC PHẨM NEWMAN'S OWN

Hãy nhìn hoạt động của công ty thực phẩm Newman's Own. Chúng ta hãy để cho công ty này trực tiếp nói ra vậy: “Paul Newman hãy đem tất cả số thuế thu được từ doanh thu bán ra của các sản phẩm tiêu dùng cho các hoạt động giáo dục từ thiện”. Trên thực tế tính từ trước đến nay số tiền mà công ty dành để quyên góp cho các tổ chức từ thiện đã vượt qua con số 9 tỉ USD. Hơn nữa, công ty này vẫn tiếp tục tiến hành các hoạt động quyên góp thông qua mỗi lần giao dịch buôn bán và khoản tiền quyên góp vẫn không ngừng tăng lên thông qua mỗi lần bán ra một sản phẩm, như một bát mì ý, một hộp bỏng ngô...

PHẦN 6

GÂY ẤN TƯỢNG TỐT VỚI KHÁCH HÀNG NGAY LẦN GẶP ĐẦU TIÊN

Hãy tặng quà để giữ khách hàng

Một bài luyện tập, chắc sẽ giúp bạn hiểu biết, vì bất kỳ một vị khách nào cũng đáng được khích lệ. Hãy liệt kê ra 12 khách hàng lớn nhất của tháng này hoặc quý này, năm này thử nhớ lại khi lần đầu tiên họ tiếp xúc với bạn.

Nếu bạn và chúng tôi đồng cảm thì sẽ phát hiện rằng những khách hàng này lúc đầu họ đã chuẩn bị một lượng lớn đơn đặt hàng. Theo kinh nghiệm của công ty chúng tôi, thông thường những hộ khách hàng điện thoại đến có thể là để thăm dò, chẳng hạn hỏi về một quyển sách rất khó tìm. Phần lớn số người gọi điện thoại đến, mới đầu là không có dự định mua hàng, những người này chắc là muốn có những nhận xét chính thức về chúng tôi. Khi làm một số thông tin chỉ mang tính tư liệu, tình cờ chúng tôi phát hiện ra điều đó, nên chúng

tôi vẫn bán sách để cho họ bị bất ngờ.

Cái đó cho chúng tôi một bài học rất quý báu: lượng đặt hàng mua đó rất ít và cả những khách hàng vẫn thường gọi điện thoại đến hỏi dò một số tin tức, kỳ thực rất có tiềm năng trở thành khách hàng cỡ lớn. Đương nhiên là như vậy, thế thì tại sao ngay từ đầu không áp dụng phương thức đối đãi với khách hàng lớn?

Cho nên những khách hàng từ buổi tiếp xúc ban đầu rất đáng được khích lệ, một phần thưởng không kể là nhiều hay ít. Nhưng cần thiết để truyền đạt cụ thể sự chân thành cảm tạ của bạn về việc họ đã có sự lựa chọn này, phương thức khích lệ của chúng tôi rất đơn giản, rất tinh tế.

LÀM TỐT QUAN HỆ TOÀN DIỆN

CÔNG TY BÁCH HÓA WAL-MART

Sam-Walton là động lực rất lớn của việc sáng lập ra công ty bách hóa Wal - Mart : khách hàng đối với công ty của họ dù có ý kiến mức độ nào thì nó cũng tìm cách làm cho tất cả công việc đều có nhận thức như nhau. Từ những lời thề của công nhân viên công ty bách hóa Wal - Mart có thể thấy rõ: Trong vòng 10 thước Anh mà có khách đến gần

tôi sẽ quay mặt nhìn thẳng, mỉm cười với họ, chào mời nhiệt tình. Xin giúp tôi đạt được mục tiêu. Sam”.

CÔNG TY DỊCH VỤ VỆ SINH BERKELCY

Trong những nơi bán hàng tự động, thông thường sau khi khách hàng vào cửa, họ hoàn toàn chủ động lựa chọn hàng hóa, nhân viên cửa hàng hầu như không qua lại làm phiền khách hàng. Trong những trường hợp này việc trao đổi thăm hỏi khách hàng, chuyện trò mời chào vốn là một việc làm rất đơn giản, lại trở thành phí công rất lớn. Nhưng chúng tôi biết có một người như vậy. Sở dĩ ông ta trở thành khách hàng trung thực của Berkelcy Cleaner là vì từ sau cái lần đầu ông ta đến cửa hàng, nhân viên ở quầy đã nhớ rõ tên ông ta, mỗi lần nhìn thấy ông ta đến họ đều chào gọi rất nhiệt tình thân thiết, những âm thanh đó lắng đọng mãi trong lòng ông ta.

ĐẠI LÝ ÔTÔ BẢN ĐỊA HENDRRICLÉS

Chỉ cần nói lên tiếng cảm ơn anh! Chúng tôi vẫn thường thấy ngạc nhiên phát hiện khi tiếp xúc cùng với biết bao công ty mà từ trước đó tới nay chưa hề nghe họ nói cái câu đơn giản đó. Nếu đem xe đến đại lý ô tô bản địa Hendrriclés thuộc statesville bang bắc kaluolaina. Chỉ trong mấy

ngày bạn sẽ phát hiện thấy một tấm thiệp trong thùng thư do họ gửi đến. Rõ ràng là cái động tác nhỏ này chẳng to tát gì, nhưng có lẽ lần sau khi bạn có nhu cầu về xe, hay phải đem xe đi sửa chữa, thậm chí khi bạn muốn mua một chiếc xe mới thì trong đầu bạn có khả năng chỉ nghĩ tới công ty này mà thôi.

CANÔ BƯU ĐIỆN THỦY TINH

Ngày cuối cùng của khách nghỉ giàu sang trên canô bưu điện thủy tinh, cái tên quyến rũ như ăn sôcôla đen vậy, vừa đắng, vừa ngọt. Đáng lý là ngọt phải nhiều hơn đắng, trong một chuyến du lịch Bắc Âu khi sắp đến đoạn cuối mọi hành khách trên khoang thuyền phát hiện thấy một hộp sôcôla Nauy, trên mặt hộp còn kèm một mảnh giấy viết tay. Đó chính là quà tặng của các nhân viên phục vụ trên thuyền, hy vọng nhờ hộp sôcôla này làm cho khách hàng có một hồi ức tốt đẹp về chuyến đi.

LIÊN THÔNG NƯỚC MỸ

Cách làm lễ chúc mừng liên thông nước Mỹ phát hành thư tín dụng tròn 40 năm rất là độc đáo. Ngoài các thư cảm ơn còn kèm theo một món quà nhỏ: tập ghi lưu lại cuộc điện thoại. Mỗi khi khách hàng sử dụng tập tin này hẳn sẽ nghĩ đến một tấm thịnh tình, cảm kích của liên thông nước Mỹ, hoàn

toàn không có yêu cầu họ làm bất cứ một quà biếu lại nào. Một sự quan tâm chăm sóc tỷ mỉ rất đáng rung động lòng người.

SALÔNG LÀM ĐẦU FITZGERALD'S

Lần cuối cùng bạn nhận được sự quan tâm của “sư phụ” cách đây bao lâu? Bang Virginia luôn luôn gửi đến những người khách đã đến đó dù chỉ lần đầu một tấm thiệp cảm tạ và thường nhắc đến tên nhà tạo mẫu của họ đồng thời cũng nhấn mạnh, nếu khách có bất cứ vấn đề gì về mái tóc thì lúc nào cũng có thể điện thoại cho họ.

CÔNG TY LIÊN DOANH PHÒNG TRỪ SÂU HẠI TERMINEX

Thái độ phục vụ của công ty từ sâu đối với bạn như thế nào? Công ty thuốc trừ sâu đầy quyền uy toàn nước Mỹ lấy những hành động thực tế để khách hàng biết là công ty lấy làm vinh hạnh giải quyết vấn đề sâu hại cho họ. Sau mỗi lần phục vụ hẹn trước khách hàng đều nhận được một phong thư cảm tạ kèm theo một tấm danh thiếp của công ty.

CÔNG TY MUA HÀNG QUA BƯU ĐIỆN NORM THOMPSON

Công ty mua hàng qua bưu điện Norm Thompson cũng rất biết cảm tạ, mỗi lần bưu điện gửi hàng hóa cho khách đặt mua, đều có kèm theo một tấm

thiếp cảm tạ, trên đó viết rằng công ty mong muốn có cơ hội quý báu được phục vụ họ và cũng hy vọng rất nhanh lại nhận được tin tức của khách hàng.

CÔNG TY MUA HÀNG QUA BƯU ĐIỆN FRONTGAT

Nếu bạn mua mẫu ghi thông qua Frontgat, như vậy bạn sẽ nhận được một thư cảm tạ, ngoài ra còn kèm theo một món quà nho nhỏ. Trong đó ngoài việc nhấn mạnh chương sách mở rộng trả lại hàng của công ty còn kèm theo một bản chiết khấu 15%.

HÃNG HÀNG KHÔNG TÂY NAM

Chỉ có một khách hàng đơn độc, việc gì phải hoảng hốt phí công? Một cuộc điều tra năm 1995 của hãng hàng không Tây Nam đã phát hiện: Một chuyến bay nếu có dưới 76 người thì không có cách gì thu lợi. Cái quan trọng hơn còn ở phía sau. Hãy nghe phó tổng tài collen Burrett nói: cho dù mỗi chuyến bay có 5 khách hàng - hàng năm hãng không Tây Nam chuyên chở 3 triệu trong số 40 triệu khách hàng, tức là chiếm được lợi nhuận trên 1,793 triệu đô la cả năm của tuyến hàng không này. Nói một cách khác, nếu chúng tôi vì phục vụ không tốt mà làm mất khách, cho dù chỉ là một người cũng sẽ dẫn đến việc thu lợi của chúng tôi tuột đi 2 phần.

LIÊN DOANH TIÊU THỤ DAMEILEPISA

Nhất thiết phải làm cho công chức hiểu được giá trị của một vị khách hàng. Ông chủ của Dameilepisa là Frank Mecles nói rõ làm thế nào mà ông ta chỉ cho cán bộ thấy rõ điều này “khách hàng của chúng tôi bình quân mỗi tuần chỉ ít một lần trao đổi với chúng tôi, mỗi năm tiêu hết gần 500 đô la các anh có được tiền puốc-bova không tính trong đó”. Frank Mecles tính toán cho họ biết là nếu không may mà họ không vừa ý bỏ đi, chúng ta sẽ mất đi khoản này.

Như vậy thì còn có kết quả gì. Vị khách này không vui vẻ sẽ đem kể chuyện bất mãn của mình cho mười mấy vị khác, thế là chúng ta lập tức bị tổn thất lớn hơn.

Ô TÔ FORT

Công ty ô tô Fort đã kết hợp cả thiếp cảm ơn với khoản chiết khấu kích thích tiêu thụ, khích lệ khách hàng mua những xe mới còn chưa dùng đến. Họ gửi cho chủ xe Explorer một bản: “thu thập thêm ngoài lương của khách hàng trung thực”, nếu mua hoặc thuê dài hạn khoản xe Explorer và Expedition năm 1998 và 1999, có thể chiết trừ đi 500 đô la.

Ô TÔ LINCOLN

Ceris Lincoln, xe cao cấp của Fort cũng đã cho

ra những kế sách tương tự và gọi là “đặc biệt cảm ơn tiền mặt”. Nếu đã từng mua xe mới xuất xưởng năm 1986-1998 của Town car Lincoln mà hiện nay chủ xe vẫn tiếp tục sử dụng, nếu cần mua hoặc thuê Town Car mới thì có thể được hưởng ngay khoản biểu lại bằng tiền mặt 1.000 đô la. Năm 1997 công ty Pelte đã cho một cuộc điều tra được tiến hành nhằm vào những gia đình có thu nhập cao cho thấy: độ trung thành của chủ xe Town Car được xếp lên đầu danh sách.

Ô TÔ THÔNG DỤNG

Bán loại ô tô thông dụng đương nhiên là sẽ không để cho đối thủ vượt lên phía trước. Năm 1998 Buick đề ra những thủ pháp có sức lôi cuốn cực kỳ phong phú để kích lệ khách hàng, bao gồm cho vay lãi xuất thấp 0.98% mà trong vòng 98 ngày không phải nộp phí. Ngoài ra người tiêu dùng đã từng mua ô tô Buick mới hoàn toàn năm 1986 – 1998 có thể nhận được món quà tặng “trung thực đệ nhất”, có nhiều loại quà, trong đó giá trị cao nhất đến 1.000 đô la.

NƯỚC KHOÁNG DIAMOND

Buôn bán thoải mái tức là thu hút được khách hàng và làm vừa lòng họ, đề ra cách “thưởng nếu giới thiệu khách hàng mới” là một chủ trương đúng

đến, không những tiếp tục cổ động khách hàng tiến cử, đồng thời cũng củng cố độ trung thành của khách hàng. Công ty nước khoáng Diamond lấy hai thùng nước 5 galông làm quà tặng cảm ơn khách hàng để tiến cử được khách hàng mới.

CỬA HÀNG LIÊN DOANH TIÊU THỤ ĐỒ VỆ SINH NỘI THẤT MERRY MAIDS

Khách hàng của Merry Maids nếu tiến cử thành công một vị khách mới thì cửa hàng liên doanh tiêu thụ đồ vệ sinh nội thất này sẽ trừ giảm 20 đô la cho lần phục vụ sau đó.

Nếu có một loại lễ mừng tròn năm mà bạn vô ý quên mất thì cũng chẳng hại gì và cũng không sai. Mỗi khách hàng hợp tác với Merry Maids tròn năm, công ty đều tặng hoa tươi làm cho khách hàng rất cảm động. Còn kèm theo một tấm thiệp nhỏ tự tay viết cảm ơn sự giúp đỡ trước đây và sự quan tâm sắp tới của khách hàng.

LỮ HÀNH CRUISE SPECIALISTS

Lữ hành Cruise Specialists ở Xiyayuan bang Waslington đưa ra chuyên án tiến cử kho báu trên biển 1999 hy vọng những khách hàng hiện tại có thể giới thiệu rộng rãi các dịch vụ của họ. Công ty này đã gửi cho khách hàng những phiếu tiến cử

để trống, để cho khách tự điền tên họ, và chuyển cho bạn bè người thân thích có khả năng tham gia. Nếu vì thế mà tăng số lần khách mới thì người tiến cử, ngoài việc nhận được tặng phẩm còn có thể tham gia rút thăm có thưởng, tiền thưởng là 1.000 đô la trừ khoản giá bưu điện chuyển đến vào kỳ nghỉ.

CÔNG TY ĐIỆN TÍN AT&T

Năm 1997 AT&T quyết định không tiếp tục tặng quà để lôi kéo khách hàng của đối thủ cạnh tranh mà chuyển thành chú ý cảm tạ khách hàng đã có của mình, họ gửi cho 20 triệu khách hàng những phong bao “trung thực”, trong đó gồm có quà tặng mà AT&T biết khách hàng sẽ sử dụng - điểm giờ điện thoại đường dài miễn phí. Kết quả là thu được phản hồi rất tốt. Tạp chí “chiến lược kinh doanh” (The Journal of Business strategy) cho biết có 60 vạn khách hàng yêu cầu tăng thêm hạng mục phục vụ mới.

CÔNG TY NHÀ ĐẤT ME GUIRE

Khách hàng trả một khoản kim ngạch lớn, thì cũng phải nhận được một lễ tạ ngang giá. Me Guire, một công ty trung gian môi giới nhà đất ở San Fransissco mỗi khi khách hàng mua được giá đất cao liền tặng hộp quà bằng da cao cấp có in

tên Công ty, trong đó có tiền biểu của công ty A Gan. Danh hiệu của công ty bách hóa này gọi là: cửa hàng từ 1861 tới nay cung cấp đồ quý hiếm kỳ lạ và sức tưởng tượng vô biên.

CÔNG TY DẦU MỎ OURA

Thu hút sở thích có thể biểu đạt thông qua nhiều hình thức, tổ chức cho những khách hàng đặc biệt một hoạt động đặc biệt nào đó. Công ty dầu mỏ Oura của Nhật Bản đã mời hội viên của mình đi tham quan một nhà vườn ở địa phương mời khách tùy ý sử dụng các thứ hoa quả mà mình thích nhất. Hoạt động này đã lôi cuốn hấp dẫn hơn 300 khách hàng.

CÔNG TY HÀNG KHÔNG ĐẠI LỤC

Cho khách hàng một cơ hội tham gia tiết mục đặc biệt nào đó. Hàng không đại lục gần đây nhất đã mua một số chỗ ngồi của phòng hoà nhạc Carnegie Hall tại New York dành cho hội viên One pass. Hai buổi tối trong tháng 6 năm 1998 hội viên được thưởng thức một buổi biểu diễn hoà nhạc và kịch rất hay, tác phẩm âm nhạc của July Garland, có cả Robet Goulet Alan King, Vieki Carr... những ngôi sao đang toả sáng.

CÔNG TY BẢO HIỂM AIG

Bộ phận quản lí mọi rủi ro của American International Group (AIG) ở New York là công ty chuyên cung cấp bảo hiểm xí nghiệp những khách hàng lớn này toàn là những công ty có phí bảo hiểm đến tiền triệu. Cuối năm, AIG không ngừng tổ chức các hoạt động đặc biệt một mặt là biếu lại khách hàng, mặt khác cũng nhờ đó mà củng cố được quan hệ tình cảm của khách hàng. Công ty còn có trung tâm nghỉ ngơi và trượt tuyết tại Anh rất nổi tiếng, đồng thời cũng là người tài trợ cho các cuộc đấu bóng rổ nước Mỹ. Vì vậy khách hàng còn được thưởng thức tài nghệ thi đấu bóng rổ. Ngoài ra công ty có một sân bóng gaoerfu Morfar ở West-chester, lẽ đương nhiên là thường xuyên dùng để chiêu đãi những khách hàng quan trọng. Những hoạt động mà công ty tổ chức có nhiều loại. Còn bao gồm triển lãm thương phẩm của AIG và những dạ tiệc thần kỳ tiếp theo sau. Một trong những hạng mục rất hoan nghênh là hoạt động câu cá bao gồm bữa ăn trưa.

LẬP DANH SÁCH KHÁCH HÀNG

CÔNG TY BÁN BUÔN HÀNG DỆT, ĐỒ NGỦ, ĐỒ TẮM
WEST POINT STEVEN'S

Nếu không biết tên khách hàng bạn làm sao có thể biểu thị lời cảm ơn? Công ty bán buôn hàng

dệt đồ ngủ, đồ tắm west point steven's mượn tờ chiếu giá để nhận biết khách hàng. Nếu muốn sử dụng tờ ưu đãi chiết khấu của công ty (báo địa phương và tờ rơi của khách hàng có ở khắp nơi) phải điền trước các số liệu về khách hàng bao gồm: họ tên, nơi ở. Cửa hàng này sẽ căn cứ vào đó lập danh sách khách hàng và thường xuyên gửi đi "phiếu ưu đãi khách quý" để lôi cuốn người ta trở lại.

TÔN TRỌNG TƯ LIỆU RIÊNG CỦA KHÁCH HÀNG

Nếu bạn muốn khách hàng thổ lộ bối cảnh cá nhân của họ, tốt nhất là bạn phải nói rõ trước rằng: Bạn sẽ sử dụng những tư liệu này như thế nào? Có biện pháp gì giữ bí mật. Lấy ví dụ cửa hàng sách The Business Reader có một qui định ngặt nghèo, tuyệt đối không cho chuyển nhượng tư liệu khách hàng hoặc lấy đó làm điều kiện trao đổi. Ngoài ra coi tư liệu khách hàng ngang như một tài sản. Sự thực này mọi người đều biết rõ, cho nên khi bạn yêu cầu, chẳng hạn như tặng bản thông tin định kỳ miễn phí cho chiết khấu đặc biệt và còn phải để cho khách hàng có thể hưởng thụ được ngay.

CỬA HÀNG BÀO CHẾ DƯỢC PHẨM SCHERING PLOUGH

Schering Plough ở Madison bang Niu Zhexi là cửa hàng bào chế dược phẩm theo đơn lớn nhất

toàn cầu. Họ biết rõ rằng tuyệt đại đa số người bệnh quá miễn cảm phát bệnh là do thời tiết, nói một cách khác là khách hàng tự sử dụng Claritin trong một năm, có thể đến chín tháng - thậm chí còn dài hơn, mà không tìm đến bệnh viện để xin đơn thuốc. Chờ đến mùa xuân mà quảng cáo cho Claritin thì như trăm hoa đua nở, liên tiếp mọc ra. Người tiêu dùng có thể yêu cầu đòi lấy một khoản biểu lại bằng 5 đô la tiền mặt. Sau khi mua Claritin công ty thông qua điện thoại nhận được tư liệu liên lạc của khách hàng kể cả những triệu chứng khi dùng thuốc một cách ngắn gọn, rồi công ty gửi đi khoản biểu lại, đồng thời sẽ còn kèm thêm một giấy tặng để bạn sử dụng khi mua hàng lần sau.

CỬA HÀNG CHUYÊN BÁN TRANG SỨC ĐÀN ÔNG GRASSFIELD'S

Cửa hàng chuyên bán trang sức đàn ông ở thành phố Danfo bang Keluoladuo là cửa hàng biết rất rõ bạn gái của khách hàng. Điều này có một vị trí vô cùng quan trọng để có được những thành tích của công ty. Vì vậy cửa hàng này đã tìm cách biết được tên họ bạn gái của khách hàng, và mỗi dịp lễ tết đến như ngày giáng sinh ngày sinh nhật, cửa hàng trực tiếp gửi cho họ một bưu thiếp đặc biệt. Grassfield's thậm chí còn căn cứ vào những tư liệu mua bán hàng trước đây của khách hàng mà đưa

ra những lời khuyên chọn mua quà tặng một cách rất tâm đắc cho bạn tri kỷ.

LỆ TRI TỬU ĐIỂM

Atlanta mở tiệm rượu Lệ tri có thể thường xuyên mang lại cho khách hàng. Những điều ngạc nhiên thú vị, những người phục vụ ở đây lấy được tư liệu của khách hàng một cách thần nhiên như không. Doanh nghiệp này đứng hàng đầu ngành dịch vụ. Doanh số lên đến 10 triệu đô la. Tiệm yêu cầu khách đến ghi vào bản câu hỏi về ý thích cá nhân để làm căn cứ tăng cường phục vụ khách hàng này trong tương lai, như cung cấp một làn quả tươi, tặng khách hàng một túi giấy chuyên dùng, hoặc chuẩn bị sẵn những tờ báo, tạp chí mà khách hàng yêu thích nhất. Sau khi có được tờ câu hỏi, nhân viên phòng ăn lập tức đem những tư liệu này nhập vào hồ sơ khách hàng. Cảm giác duy nhất của mọi người khách là những phòng ăn khác ngày càng kém xa tiệm rượu Lệ tri.

MARIO'S INTERNATIONAL AURROVA HOTEL & SPA

Một phiếu tặng quà là nguyên nhân của khá nhiều tân khách đến với Mario's. Để thu hút khách hàng trở lại, khi khách hàng giải quyết thủ tục thanh toán, công ty này sẽ khuyến mại họ mua phiếu tặng quà, mà tiền mua đã được giảm 8% số với giá cố định.

Hãng chế tạo phần mềm chống virus Symantee, Symantee ở Xigu là một hãng chế tạo phần mềm chống virus nổi tiếng tuyệt vời. Sử dụng phương án hai giai đoạn biểu lại tiền mặt, đồng thời lôi cuốn khách hàng cũ mới. Gần đây họ đưa ra món biểu lại 20 đô la tiền mặt nhằm vào một số sản phẩm bao gồm Autivirus, Fisst Aid Virus Scan, phiếu chi biểu lại tiền mặt gửi phát đồng thời. Còn kèm theo một tờ phiếu chi quà tặng để cảm tạ sự ưu ái, ngoài kèm 1 trang đề án biểu lại 10 đô la tiền mặt.

KHÁCH KHÔNG ĐÁNG ĐỂ MẮT TỚI

Tính chân thực của câu chuyện sau đây chúng tôi không có cách gì điều tra rõ, nhưng nó đã trình bày và giải thích rõ tầm quan trọng của việc tìm hiểu khách hàng. Chúng tôi cũng hy vọng bạn chung hưởng với một đôi vợ chồng nọ. Họ thường yêu cầu gặp mặt hiệu trưởng trường đại học Hafo. Qua một hồi chờ đợi, cuối cùng rồi họ cũng gặp được người cần gặp. Đôi vợ chồng này nói, vì con trai họ đã học một năm ở Hafo không may bị chết yếu, cho nên muốn dựng một tấm bia kỷ niệm cho con ở trong trường. Vị hiệu trưởng này đã nhanh chóng cự tuyệt, Hafo không thể để bia tượng bày đầy toàn bộ vườn trường. Đôi vợ chồng lại đề nghị cho dựng một toà kiến trúc. Ông hiệu trưởng Hafo

đưa ánh mắt nghi ngờ về phía đôi vợ chồng đáng mạo chảng đáng rung động lòng người và biểu thị rõ ràng, họ không có khả năng dựng lên một toà kiến trúc, tổng giá trị thiết bị phần cố định của Hafo ước trên 750 vạn đô la.

Nghe con số này bà lão quay đầu về phía ông lão nói rằng, có lẽ họ cần phải vì con mình mà thành lập một trường đại học thì mới xứng đáng. Liên sau đó đôi vợ chồng leland Stanford rời Hafo ra về và tính toán tiền xây dựng trường đại học Stanford bang Fia.

HIỆU SÁCH INGRAM

Người tiếp nhận bảng kê của Ingram, một hiệu sách lớn số một toàn nước Mỹ, trước khi khách hàng gác máy ngừng cú điện thoại này đã tìm cách tiến hành một cuộc giao dịch tiếp theo. Bộ phận đại diện nghiệp vụ đặt mua hàng qua điện thoại của khách hàng phụ trách xử lý ở cửa hàng sách và thư viện, trong tay luôn có mỗi tuần một bản kê giới thiệu sách. Nếu yêu cầu mà khách hàng đặt mua có một số thuộc về phạm trù thương nghiệp, thì nghiệp vụ viên này nhất định sẽ nắm chắc thời cơ bằng một cách lễ phép hỏi lại: "có thú nghe những tin tức thương nghiệp chọn lọc trong tuần này không?

THẺ DISCOVER

Ở công ty thẻ discover, mọi người sử dụng tốt cơ hội mỗi khi có người gọi điện thoại đến trung tâm phục vụ khách hàng để sáng tạo ra cách thức nâng cao nghiệp vụ. Khi bạn đi giải quyết hoàn tất vấn đề của người hỏi qua điện thoại, bạn có thể nghe đối phương hỏi trước khi bạn gác máy ngừng điện thoại: Xin hỏi ngài có loại thẻ tín dụng có lợi tức cao hơn không và có ý chuyển cho discover không? Nếu bạn nói là có công ty sẽ đề nghị với bạn dựa vào trình tự sau đây để thực hiện: chỉ cần báo với người chuyển điện thoại của công ty số dư thừa khoản nộp định kỳ còn lại, Discover sẽ tự làm thay bạn mọi thứ cần thiết khác.

HIỆU SÁCH KINH THÁNH

Đây là phương pháp quan trọng rất có giá trị để học và làm theo hiệu sách kinh thánh của ConCord bang Xinhan Puxia. Lấy khoản quà tặng làm biện pháp thu hút sự chú ý của khách hàng trong số những tín đồ đang lên giáo đường.

Giáo đường sử dụng khoản quà tặng làm phần thưởng cho các hoạt động từ thiện, người được thưởng có thể lấy khoản quà tặng này đem đến hiệu sách kinh thánh mà sử dụng.

CỬA HÀNG NỮ TRANG LIZ CLAIBORNE

Cửa hàng tranh thủ khuyến mại cho khách hàng theo thời vụ, nhưng vẫn giới hạn về thời gian được hưởng chiết khấu. Nếu mùa xuân năm 1998 mua đồ nữ trang của Liz Claiborne bạn có thể được ưu đãi chiết khấu đến 25% để sử dụng với các loại phiếu có hạng mục thương phẩm với ký hiệu đặc biệt. Sự huyền diệu chào mời khéo léo của những hạng mục này lôi cuốn khách hàng trở lại mua là: khoản chiết khấu đóng dấu kỳ hạn trong ngày, còn kỳ hạn hữu hiệu ưu tiên đặc biệt của những hạng mục này chỉ có 30 ngày.

CỬA HÀNG LIÊN DOANH TIÊU THỤ DỤNG CỤ GIA ĐÌNH, TRANG TRÍ NỘI THẤT BOMBAY

Cửa hàng liên doanh tiêu thụ dụng cụ gia đình và trang trí nội thất Bombay có thể lực ở thành phố Huacibao bang De không cần chờ đến khi khách hàng mua bán xong lần đầu đã tìm cách để cho họ kí một giao kèo nào đó lần sau lại đến. Khách mua hàng lần đầu chỉ cần mở sổ kí tại đó thì sẽ được hưởng ưu đãi chiết khấu. Đã có những tư liệu cơ bản trong sổ khách hàng. Bom bay sẽ có thể chủ động “xuất kích” thường xuyên đưa bản mẫu và giá riêng gửi cho khách hàng.

Bom bay có thể ngừng tại đó mà luôn theo sát quá trình sử dụng của khách hàng, luôn ghi chép vào sổ đã đăng kí, nếu khách hàng lâu không tới, lập tức họ sẽ nhận được một tờ bưu thiếp ưu đãi chiết khấu và nội dung như sau: “Từ sau khi Bom-bay được vinh dự đón tiếp ngài lần đầu tiên, khá lâu rồi chưa được gặp lại ngài. Xin mời ngài đến xem sản phẩm mới của chúng tôi, dụng cụ gia dụng thể hệ mới, làm đẹp tường nhà, thương phẩm lung linh choáng ngợp đầy ngưỡng mộ. Mời ngài mang theo tờ bưu thiếp đến trước, sẽ thấy làm sổ kí nợ với cửa hàng chúng tôi, quý khách có thể được hưởng chiết khấu cảm động lòng người như thế nào”.

CÔNG TY QUẢN ÁO TRANG SỨC J.CREW

Giả như bạn đang hy vọng người khách trở lại, hãy nói ra đi. Bộ phận mua qua bưu điện các loại bản mẫu của J.crew thành phố New York, cũng luôn theo sát ghi chép những mặt hàng khách mua.

Nếu khách không thường xuyên đặt mua, họ sẽ gửi đi một bản mẫu khác, trên mặt phong bao kèm theo một tờ giấy viết: “Mỗi người của J.crew đều nhớ đến bạn”. Và để khách trở nên quen thuộc hơn, họ còn gửi thêm một phần quà tặng: Nếu giá trị đơn đặt hàng vượt quá 80% đô la, công ty sẽ tặng tín dụng mức 20 đô la.

CÔNG TY MUA HÀNG QUA BƯU ĐIỆN EDDIE BAUER

Eddie Bauer vẫn luôn nhớ tới bạn. Nhằm vào những khách hàng gần đây không thấy có bản kê, công ty tiêu thụ trực tiếp này gửi đi một bản mẫu dường như là để cho những khách hàng có dịp “phát hiện lại Eddie Bauer” và để khẳng định chắc chắn lòng tin của khách hàng. Chỉ cần giá trị đơn đặt hàng qua bưu điện đủ 100 đô la thì sẽ được hưởng miễn phí vận chuyển và dịch vụ ưu đãi đặc biệt trả lại hàng miễn phí.

CÔNG TY TIÊU THỤ TRỰC TIẾP -THE COMPANY

The Company cũng không ngoại lệ. Công ty này buôn bán các loại nhung lông vịt, lông vũ, đồ gia dụng bằng những chế phẩm thiên nhiên, trực tiếp đưa ra thị trường tiêu thụ. Họ gửi cho những khách hàng đã lâu “vô âm tín” một phong thư trong đó kèm theo tờ chiết khấu 20 đôla tiền mặt, hoan nghênh khách hàng lại đến tham dự. Lần sau khách đặt mua hàng đủ 125 đôla có thể chiết 20 đôla.

CÂU LẠC BỘ QPB

Câu lạc bộ QPB gửi cho những khách hàng gần đây không có tin tức một thiệp chúc phúc rất tình cảm, nội dung viết: “Những ngày vắng bạn thật là

buồn, lại sẽ đến nhé!” Khiến bạn lập tức động lòng và quyết định đến đó. QPB cũng đã đề ra: cấp 4 quyền sách chỉ cần 4 đôla còn phí vận chuyển được miễn.

Ngoài ra, QBP cũng nhờ vào tấm bản thiệp kí tên phó tổng giám đốc bộ phận phục vụ khách hàng lôi cuốn được nhiều khách đến đặt hàng mua “thư tịch”. Khách hàng chỉ cần bình chọn ra những sách mình cần từ những sách của QPB trong thời kỳ gần đây nhất, trực tiếp ghi tên sách và ký hiệu trên tấm bưu thiệp và chỉ định thời gian gửi tới, toàn bộ được ưu đãi đặt biệt: chiết khấu 5%.

CRUNCH FITNESS

Cunch Fitness ở New York lấy việc phục vụ khám và điều trị “AWOL” của mình để khích lệ những hội viên đã lâu không đến với họ. Việc phục vụ này do một cố vấn sức khoẻ chủ trì đề ra các hạng mục chỉ đạo và thực hiện, thúc đẩy hội viên trở lại tiếp tục nộp phí bảo vệ duy trì chức trách hội viên.

CÔNG TY BÁCH HÓA SAKS

Công ty bách hóa liên doanh tiêu thụ SAKS Fifth Avenue dưới thương hiệu của công ty cổ phần hữu hạn SAKS thông qua hình thức nâng cấp ký hiệu

nợ, kích lệ một số khách hàng tiêu dùng cầm phiếu “Phát hiện lại đặc quyền của phiếu nợ đã ký”; trong khoảng thời gian từ 7 đến 31 tháng 5 năm 1999, người cầm thẻ có thể chọn bất kỳ ngày nào tới tham dự, hầu như tất cả các thương phẩm đều có ưu đãi chiết khấu 10%.

VIỆN ĐIỆN ẢNH LIÊN DOANH TIÊU THỤ REGAL

Nói về Viện điện ảnh, mảnh đất lành cho buôn bán thường là quyết định bởi phim ảnh phát thanh. Vậy mà Viện điện ảnh Liên doanh tiêu thụ Regal ở Knoxville bang Tennessee ngược lại, có một chiêu tuyệt đẹp khác để củng cố việc buôn bán. Một món quà tặng của Viện điện ảnh kịch viện này tự hào được gọi là “Quà tặng ưa thích nhất mừng sinh nhật cụ cô”, những quà tặng này không chỉ có thể là tờ chiết khấu của vé xem phim, thậm chí còn để mua bán đồ ăn uống, điểm tâm của kịch viện. Điều quan trọng là viện đã thành công trong việc người tiêu dùng chủ động có quan hệ mật thiết với nó.

CHUYỂN GIAO NHANH UPS

Để khuyến khích đại suất chiếm hữu thị trường UPS gần đây đưa ra một khoản ưu đãi khiến người ta không thể từ chối, chỉ cần đến thì sẽ có. Bạn chỉ cần điền vào những thông tin giản đơn, công ty lập tức tặng ngay 1 tờ chiết giá. Sử dụng cho

chuyển giao nhanh bằng máy bay, anh có thể sẽ tiết kiệm được hơn 40 đôla.

CÔNG TY CHURCH & DWIGHT

Phương pháp tăng thêm số khách mua hàng này thật là “cao minh”: Bảo với họ rằng sản phẩm của bạn còn có những công dụng khác nữa. Ví dụ rất điển hình là Arm & Hammer Baking Soda (bột sút) của công ty Church & Dwight. Nếu chỉ dùng để sao sấy đồ vật một hộp bột Soude có thể dùng được khá lâu, nhưng nếu đồng thời dùng để rửa tủ lạnh, khử mùi hôi thối thì thời hạn sử dụng của hộp này lập tức bị giảm xuống rất nhiều.

CÔNG TY ĐỒ GIA DỤNG P & G

Công ty đồ gia dụng lớn số một toàn cầu P&G cũng đem chiêu này dùng trên thị trường vải lót áo. Thiết kế ban đầu của loại sản phẩm này, chủ yếu dùng để sấy khô trong máy. Nhưng công ty này thấy công dụng như vậy là quá hẹp, cảm thấy không vừa lòng, cho nên P&G đã tung ra một loạt quảng cáo, hướng dẫn người tiêu dùng một số công dụng khác. Trong kiến nghị bao gồm: Sử dụng Bounce làm chất thêm tương tự, có thể dùng để phủ ngăn kéo, tủ quần, túi thể thao, thậm chí có thể lót trong giày thể thao.

Khách hàng vì sao không trở lại? Căn cứ vào điều tra của “Bình luận thương nghiệp Hafo” thì 2/3 khách hàng không muốn tiếp tục qua lại với công ty nào đó là do họ cảm thấy không được tôn trọng, coi thường hoặc là gặp sự lãnh đạm.

CÔNG TY TOÀN LỤC

Công ty toàn lục có biện pháp làm cho khách hàng liên tục đến với họ mua hộp bột than rất giản đơn: để cho khách hàng gia nhập vào nhóm nhỏ màu xanh của “toàn lục”, khi khách hàng nhận được hộp bột than, thì cũng đồng thời nhận được một tờ phiếu ký tên qua bưu điện và một hộp bọc ngoài có thể dùng lại, chờ khi cần thay thế, khách hàng chỉ cần bỏ hộp bột than vào trong hộp phiếu dán lên hộp gửi về công ty là được. Như vậy, không những hộp bột than chỉ cần đánh bóng lại như mới có thể giảm được ô nhiễm môi trường, mà khách còn có thể nhận được một tờ phiếu chi 5 đôla, lần sau mua hộp bột than có thể được tính bù.

LẠC VIÊN CHỦ ĐỀ BUSCH

Lạc viên chủ đề Busch khát khao hy vọng bạn sẽ lại đến tham gia... nhất là ngày mai. Khi khách hàng chuẩn bị ra về sau một ngày du ngoạn, nhân viên sẽ kính tặng vô điều kiện một tờ chiết khấu vào

vườn, giả như ngày thứ hai bạn lại đến tham gia có thể chiết giá 11 đôla. Lấy một vé nguyên giá hơn 30 đôla mà nói thì độ chiết khấu này không thể coi là không lớn.

ÁP DỤNG PHƯƠNG ÁN ƯU ĐÃI LUY KẾ TIÊU DÙNG

PHÒNG CAFÉ “COFFEEHOUSE”

Câu lạc bộ hội viên là một thủ pháp phổ biến để xây dựng lòng trung thành của khách hàng, phòng cafe ở cái thị trấn nhỏ này của chúng tôi đa phần không “thắng số”. So với lượng cần thiết của toàn nước Mỹ thì đại khái cũng có của ăn của để. Trong cuộc cạnh tranh nóng bỏng lúc này, Coffeehouse cho ra “Thẻ hội viên câu lạc bộ Cafe” để nắm chắc các khách hàng đã có. Khách hàng mỗi lần mua 1 lạng hoặc 2 lạng cafe hạt sẽ vạch một ký hiệu trên thẻ, khi đến lần thứ 13 nhà hàng sẽ kính tặng miễn phí.

PHÒNG CAFE WILLIAM SBURG COFFEE & TEA

WilliamSburr Coffee & Tea cũng đã phát hành thẻ hội viên của riêng mình. Cứ mua đủ 2kg Caffè hạt thì được tặng 2 lạng. Chúng tôi còn hoan nghênh họ đã vì “dân” Caffè mà đưa ra một chiêu

mới là một ly Caffè nóng tại chỗ miễn phí. Khách hàng có thể tùy ý thưởng thức các loại khẩu vị mới, để lần sau có thể căn cứ vào đó mà lấy loại có khẩu vị mình ưa thích nhất.

CÔNG TY THỰC PHẨM ĐÔNG LẠNH CON AGZA

Tặng phẩm không những không có liên quan trực tiếp đến sản phẩm. Nhân hàng Healthy Choice của công ty đông lạnh ConAgra còn được tính cùng dặm trình của một số công ty hàng không chính, nhờ đó mà lôi cuốn được khách hàng và trở thành người khách chính lâu năm. Người tiêu dùng mỗi lần mua đủ 10 hạng mục sản phẩm của Healthy Choice là có thể được đi máy bay 500 dặm, yêu cầu khách hàng phải thống kê số dặm trình trước cuối năm 1999. Healthy Choice sẽ trực tiếp lấy kết quả thống kê, khách hàng lại đem những chứng từ có liên quan gửi cho công ty hàng không nhập vào với dặm trình từ trước đã có của họ.

CỬA HÀNG LIÊN DOANH TIÊU THỤ CHIẾT KHẤU TJX

Thẻ tín dụng cũng là một loại công cụ được sử dụng thường xuyên. Cửa hàng liên doanh tiêu thụ chiết khấu TJX đã thông qua thẻ TJX Visa thực thi phương án khách hàng trung thành. Sử dụng thẻ này mua bất kỳ thương phẩm nào của TJ Maxx

và Marshalls có thể hưởng thêm tiền lãi bằng 5% lũy kế. Còn nếu sử dụng ở nơi khác chỉ được hưởng 1%. Lũy kế tiền lãi cứ đến 15 đôla thì công ty sẽ chủ động giữ khách hàng một khoản quà biếu. Khoản quà biếu này có thể dùng ở bất kỳ một cửa hàng nào của T.J. Maxx và Marshalls.

CỬA HÀNG CHUYÊN VẬT LIỆU NGOÀI NHÀ L.L.BEAN

Đối tượng hợp tác của phương án đặc biệt ưu đãi của cửa hàng chuyên vật liệu ngoài nhà L.L.Bean là thẻ Visa bạch kim cao cấp, mức tín dụng cao nhất đến 10 vạn đôla. Một khi trở thành thành viên, có thể được hưởng chuyển giao hàng nhanh liên bang miễn phí, miễn phí chế tác tên của cá nhân, đồ án, kể cả mua hàng được chiết giá. Nếu tiêu dùng tại cửa hàng này đạt đến 200 đôla thì sẽ được tặng 1 tờ khoản chiết giá 6 đôla; tiêu dùng ở nơi khác cũng được khoản chiết giá 1 đôla, nhưng địa điểm trả tiền chỉ có ở L.L.Bean.

CÔNG TY LỄ PHẨM SHARPERR IMAGE

Sharper Image cũng vận dụng thẻ tín dụng để tăng cường phương án khách hàng trung thành. Lần đầu giao dịch tiêu dùng bằng thẻ visa của công ty này có thể được 1 tờ khoản tặng vật bằng 10 đôla. Sau đó cộng dồn ngạch cứ đủ 2000 đôla thì được một khoản 25 đôla tặng vật.

CÔNG TY ĐĨA HẠT BMG

BMG Music Service kết hợp sản phẩm âm nhạc với thẻ visa của riêng mình để thành lập nhóm khách hàng trung thành. Thẻ này không những miễn phí cả năm mà chỉ cần mua 1 đôla sản phẩm của BMG thì sẽ được 3 điểm thưởng. Các tiêu dùng khác có thể tính đổi được 1 điểm. Số điểm thưởng có thể đổi thành nhiều loại quà tặng, bao gồm vé nghe nhạc, đĩa CD của BMG và các thương phẩm khác.

CÔNG TY ĐĨA HÁT MUSICLAND STORES

Musicland Stores để cho hội viên của họ được hưởng lợi ích tối đa: Chỉ cần trả một khoản phí để xin gia nhập hội, ngay trong ngày có thể đến cửa hàng liên doanh tiêu thụ Sam Goody và On Cue để hưởng chiết khấu bằng 15%, đồng thời được ghi điểm thưởng. Lũy kế số điểm thưởng có thể chiết giá mua trong cửa hàng tất cả các loại thương phẩm. Số hội viên trên 52 vạn người đều có thể được nhận thông tin miễn phí theo định kỳ.

CỬA HÀNG SANMINGZHI GIANTING BAO

Padow's Hams&Deli đưa ra 2 lý do làm cho khách hàng liên tục đến thăm viếng. Họ căn cứ vào hấu bao của khách hàng, thiết kế ra 2 loại thẻ

hội viên “Sanmingzhi qiantingbao miễn phí” một loại sử dụng cho Sanming zhi thông thường định giá khoảng từ 2,95 đôla đến 4.50 đôla. Còn loại kia sử dụng với chiêu bài Sanmingzhi 1 dặm dày, đơn giá khiến người ta phải sửng sờ kinh ngạc 8.50 đôla. Lần thứ 9 mua hàng thì được miễn phí, cả hai loại thẻ đều như vậy.

HIỆU ĂN DAVID'S AMERICAN FOOD&DRINK

Hiệu ăn David's American Food&Drink ở Stanford bang Kangnaidike căn cứ vào hồ sơ của những khách hàng “sộp nhất” mời họ gia nhập đội ngũ thường khách của David's (David's Regulars). Khi bạn đã trở thành thành viên của Câu lạc bộ “Lão tham ăn” này, lần đầu tiên khi dùng bữa bạn có thể chọn 1 trong những hạng mục ưu đãi sau đây: chiết khấu 15% 1 chai rượu nho miễn phí hoặc một món khai vị miễn phí. Căn cứ vào ghi chép của thẻ hội viên khi ăn lần thứ 10, hiệu ăn chiêu đãi miễn phí 1 xuất thức ăn chính.

KHÁCH SẠN MAGULUDEBAO

Nhà ăn Veranda trong khách sạn Maguludebao cho ra thẻ hội viên “bữa sáng, bữa trưa và bữa tối” để lôi cuốn khách thường. Công dụng của mỗi tấm thẻ đều như nhau, nhưng mỗi người lại hạn định sử dụng một loại bữa, ví dụ sau khi khách ăn quá

5 bữa trưa thì bữa trưa thứ 6 được chiêu đãi miễn phí.

NHÀ ĂN ĐỒNG QUÊ CRACKER BARREL

Nhà ăn đồng quê Cracke Barrel lấy việc thỏa mãn ham muốn khoái khẩu của bạn làm mục tiêu, vì vậy họ sáng lập ra cái gọi là “biểu lại lảng giềng”. Chỉ cần đến 1 trong những quán của nhà hàng liên doanh này dùng bữa thì có thể nhận được số điểm thưởng. Cộng dồn số điểm thưởng đổi lấy 10 đôla quà tặng. Ngoài ra, nhà ăn này cũng nhờ đó mà gửi thông tin và quà biếu tới từng vị khách.

CỬA HÀNG LIÊN DOANH THẨM MỸ ILLUSIONS UNLIMITED

Illusions Unlimited khởi nghiệp tại bang Ohio là một cửa hàng liên doanh thẩm mỹ toàn diện. Họ đã lấy “phương án VIP” để kiến lập cho mình một tập đoàn khách trung thành. Hội viên mỗi lần cắt tóc được chụp một cái dấu trên thẻ VIP, đủ 6 dấu có thể được 1 lần cắt tóc miễn phí. Còn như những khách hàng nào đó lâu lâu mới đến thẩm mỹ viện một lần thì sao? Họ cũng có đối sách: In ngày tháng trên mặt tấm thẻ, khoảng cách không được vượt quá 6 tuần lễ, nếu không thì tự động mất hiệu lực.

CỬA HÀNG LIÊN DOANH NGŨ KIM ACE

“Câu lạc bộ hội viên ngũ kim hữu dụng” là một biện pháp lôi cuốn khách hàng của cửa hàng liên doanh ngũ kim Ace, cho nên, các khách hàng đều có thể xin miễn phí. Sau khi gia nhập câu lạc bộ, hội viên dùng thẻ để nhận biết, khách hàng mỗi lần tiêu dùng 1 đôla sẽ được 10 điểm thưởng, cộng dồn đến số điểm qui định có thể đổi một khoản quà tặng. Ace đã có đến trên 5000 hộ buôn bán ngũ kim, cũng vì khách hàng của mình mà họ đã đưa ra nhiều dịch vụ khá mềm dẻo, Ví dụ như ở mỗi chỗ bán hàng đều có những đại diện nghiệp vụ có thể hỗ trợ hội viên, trang web của công ty mở riêng từng khu vực, tập san thông tin miễn phí, và còn ưu đãi chiết khấu đặc biệt.

BA ĐIỀU CẤM KỊ CỦA VIỆC LƯU GIỮ KHÁCH HÀNG

1. Chớ lấy những thứ không thể kết thúc được làm khởi đầu: Pepsico gửi tặng phẩm cho các khách hàng có đủ số điểm thưởng. Đó là một cỗ máy quân sự kiểu điều lâu do Anh chế tạo. Đây là một thứ mà “bách tính bình dân” thông thường không thể có được một cách hợp pháp. Có một vị khách đã nhận món quà tặng như vậy... hồi sau sẽ rõ!!!

2. Chớ vì khó khăn lớn mà không thể thực thi:

Nhà ăn liên doanh Chart House đưa ra một khoản quà tặng lớn, biếu lại khách hàng, nếu bạn tuyên bố với 65 hộ buôn bán toàn cầu đều đã dùng bữa ăn ở nhà ăn này thì có thể nhận được một chuyến du lịch toàn cầu miễn phí dành cho hai người. Có 41 vị khách đã nhận được món quà này. Cho nên, tổng cộng công ty đã tổ chức được 82 chuyến du lịch miễn phí.

3. Chờ lấy những thứ mà anh không thể có để làm tặng phẩm: Còn nhớ công ty hàng không US Airway đã lấy vé máy bay khứ hồi làm quà tặng". Món quà tặng này với họ dễ như trở bàn tay.

HIỆU SÁCH CŨ THE BOOK HOUSE

Biện pháp làm cho khách hàng thường xuyên đến xem mua sách cũ, những thư tịch quý hiếm của The Book House rất đơn giản: đó là sử dụng thẻ "Khách hàng thường xuyên". Người cầm thẻ có thể mua bất kì loại thư tịch nào, cứ đủ 100 đôla sẽ được hưởng khoản ưu đãi chiết khấu 10 đôla.

CÔNG TY SHALI

Hãy chờ xem họ làm thế nào để cho bạn được mặc đồ hiệu Hanes! Công ty Shali kinh doanh rất nhiều loại thương phẩm, tổng giá trị của công ty tới 200 triệu đôla. Là nơi sản xuất tất chân, áo lót,

trang phục đẹp có cảm tình lớn nhất nước Mỹ, dưới thương hiệu của công ty này có nhiều nhãn hàng khác nhau như: L'eggs, Hanes, Bali, Palytex, Champion... Nếu bạn có một tấm thẻ hội viên khách hàng thường xuyên của L'eggs, như vậy bạn có thể sử dụng để mua đồ ở các cửa hàng có bán sản phẩm mang nhãn hiệu đồ đó. Cứ mua đủ 10 đôla thì sẽ được đóng một con dấu cộng, đủ 10 con dấu đó sẽ được hưởng chiết khấu ưu đãi 15% và 15 con dấu thì được chiết khấu 10%.

CỬA HÀNG LIÊN DOANH TIÊU THỤ GIÀY THỂ THAO JUST FOR FEET

Just For Feet tự xưng là “cửa hàng giày thể thao lớn nhất toàn cầu”, họ lập một phương án ưu đãi khách hàng thường xuyên để cho khách hàng liên tục đến với mình. Nói một cách đơn giản là “đôi thứ 13 hoàn toàn miễn phí”. 13 đôi giày nghe có vẻ quá nhiều chẳng? Thế trong nhà bạn không có trẻ con ư?

CỬA HÀNG TRANG SỨC CASUAL CARWER

Cửa hàng phục trang Casual Carner này chuyên bán quần áo thể thao và quần áo đi làm của phụ nữ giá cả trung bình, hiện nay đã mở rộng thêm thị trường, họ đã cấp “thẻ hội viên quần và tất” cho khách hàng, mua hàng bằng thẻ cứ 6 đôi

được tặng 1 đôi miễn phí, mặc dù chỉ mua 1 đôi hoặc hứng lên chọn mua một lô hàng cũng đều được hưởng biện pháp ưu đãi này.

TRANG WEB TRÊN TUYẾN NƯỚC MỸ

Phương án nâng cao lòng trung thành của khách hàng trên mạng cũng đang triển khai một cách “đỏ như lửa trắng như lưu”. Khách hàng trên tuyến nước Mỹ (America Online, AOL) chỉ cần sử dụng biện pháp tính điểm thưởng theo “phương án biểu lại của AOL” sẽ được chiết bù phí dụng hàng tháng. Phương án tính điểm rất giản đơn như sau: Chỉ cần bạn mua hàng của cửa hàng nhà máy đặt trên mạng AOL hoặc hoàn thành một bảng điều tra ý kiến của họ thì có thể nhận được số điểm tặng. Gần đây có 3 công ty đăng ký nối mạng cũng tham gia hạng mục kế hoạch này. Đăng ký tài khoản trên trang Web của họ, sẽ tặng ngay điểm thưởng AOL. Một trong 3 công ty đó là E. Trade, họ ưu đãi khuyến khích những khách hàng mới đến 13200 điểm, đủ để trả phí dụng đặt xem AOL trong 6 tháng.

TRANG WEB CỦA CBS SPORTSLINE

Bạn chỉ cần đăng lên trang Web của CBS Sportslines, xem lướt qua sẽ có thể nhận được số điểm thưởng và cả cơ hội rút thăm có thưởng. Mỗi trang đều cung cấp một hoạt động rút thăm có

thường, tiền thưởng cao đến 1 triệu đôla. Chỉ cần nhập vào là sẽ tự động có đủ tư cách tham gia, đồng thời còn có điểm thưởng. Những điểm thưởng này dùng để mua các thương phẩm trên trang Web này. Người đủ tư cách tham gia sẽ dành được một số hoạt động đặc biệt, như trò chuyện vui vẻ với một nhân vật nổi tiếng đặc biệt nào đó chẳng hạn!

CÔNG TY NET CENTIVES

Ghi tên mua hàng trên trang Web Click Rewards của Net Centive, mỗi món giao dịch đều có thể là số dặm trình Click Miles mà bạn được lãi, đổi được số dặm trình miễn phí của hàng không nước Mỹ. Tham gia tiết mục này được miễn đóng hội phí, bởi vì các thương gia có trên mạng này phải nộp phí cho công ty, cho nên bạn có thể tiết kiệm được món tiền này.

Bạn làm thế nào để lôi cuốn khách hàng vào mạng của mình. Căn cứ vào một cuộc điều tra của International Data Corporation đối với 100 cửa hàng bán lẻ lớn có trang web, phát hiện thấy 92% là có qui hoạch phương án khách hàng trung thành để nâng cao hơn nữa hiệu suất mua bán.

CỬA HÀNG CHUYÊN THÚ VẬT ĐƯỢC CUNG CHIẾU PET&MART

Tuy hiện nay chúng tôi không nuôi con vật được

cưng chiều nào nhưng chúng tôi vẫn là người giúp đỡ tận tâm của PET & MART, họ rất biết cách lấy lòng khách hàng. Bạn có thể lấy thẻ hội viên miễn phí của câu lạc bộ thẩm mỹ thú vật được cưng chiều ở cửa hàng siêu cấp này. Sau khi sử dụng 8 lần, họ sẽ tặng bạn một lần làm đẹp cho con vật yêu quý của bạn, hoặc tắm rửa cho nó. Để khuyến khích khách hàng đến cửa hàng, họ đưa ra biên pháp là tất cả những khách hàng đến từ tháng 3 năm 1999 mỗi lần được đóng 2 dấu (bình thường mỗi lần chỉ được đóng một con dấu).

TRUNG TÂM MUA HÀNG RATRICK HENRY

Tất cả các cửa hàng bán lẻ của trung tâm mua bán Ratrick Henry ở Newport News bang Virginia đều nhận được “phương án khách mời rượu Mall X-Tras” của trung tâm buôn bán này đưa ra. Không những gia nhập hội được miễn hội phí mà khi mua hàng ở cửa hàng nào của trung tâm này khách hàng cũng đều được số điểm thưởng. Cộng dồn số điểm thưởng đủ số quy định đổi lấy khoản quà tặng. Đợt khuyến mại này được áp dụng ở tất cả các cửa hàng buôn bán của trung tâm này.

TRUNG TÂM GIẢI TRÍ HARRAH'S

Harah's đã đưa ra cho khách chơi cờ bạc thường xuyên “phương án vàng hoàn toàn”. Bất cứ bạn là

người chơi nghiệp dư hay tay chơi chuyên nghiệp, không kể khách hàng thua hay thắng cứ mỗi chiều bạc đều có thể được điểm thưởng. Cộng dồn đủ 200 điểm có thể đến máy đổi tiền tự động, đặt vào đó, đôi lấy khoan qua tặng “biểu lại toàn diện”. 40 điểm có thể đôi được 1 đôla quà tặng, dùng để trả bù phí ăn uống, phí ngủ trọ. Đặc biệt, Harrah’s thích thú với những ngày nghỉ. Không may khách bị rỗng túi rồi. Không sao! Có thể lấy khoản quà tặng này đề tra thay tiền mặt!

CÔNG TY ĐIỆN TÍN NEW ZEALAND

Cứ yên tâm mà gọi điện thoại nhé! Công ty điện tín New Zealand lập ra “phương án thưởng thông thoại” để tạ ơn các khách hàng đã thường xuyên sử dụng điện thoại. Việc tính đổi số điểm thưởng căn cứ vào kim ngạch trên sổ sách điện thoại hàng tháng mà quyết định. Đến kỳ đổi có thể đổi lấy điện thoại đường dài miễn phí, vé xem phim hoặc một số dịch vụ ngoại ngạch như là mắc thêm điện thoại, thẻ điện thoại, thậm chí dùng Fax, Dagea, dịch vụ truyền gọi...

CÔNG TY MÁY TÍNH CUC

Nếu anh mua máy in biểu bằng máy tính điện tử của Collêg&University Computers (CUC) có thể

được ngay một tấm “Thẻ hội viên khách mua máy in biểu”. Lấy thẻ này mua hộp bột than mới của máy in biểu, suốt đời hưởng ưu đãi chiết 9. Biện pháp biểu lại này nghe có vẻ giản đơn, làm cho nhu cầu này không ngừng thay hàng mới. Và cũng để cho CUC đứng vững trong thị trường này với mức lợi nhuận ngành phần cứng cao nhất.

CÔNG TY ĐIỆN KHÍ TAN DY

Có bao nhiêu thứ có mức độ thay thế thường xuyên như pin. Công ty đồ điện Tandy ở thành phố Huacibao bang DE, vì khách hàng Raido Shack của gần 7000 hộ buôn bán dưới thương hiệu của mình đã thiết kế “Thẻ nguồn năng lượng khu vực”. Người cầm thẻ này đến Radio Shack mua pin có thể được hưởng chiết khấu mỗi hộp 10%, 2 hộp 20% và 3 hộp trở lên thì ưu đãi 30%, cứ như thế mà tính, thậm chí còn có thể mua pin miễn phí với lượng mua 23 đôla trở lên.

CÔNG TY BÁCH HÓA XIERSI

Cửa hàng Canada bách hóa Xiersi cho ra đời “Câu lạc bộ hội viên Xiersi” là thông qua việc kết hợp với thẻ tín dụng để lôi cuốn khách hàng không ngừng đến đó mua thẻ mua hàng, người tiêu dùng có thể được miễn phí, sau khi trở thành hội viên,

cứ mua 1 đôla hàng hóa thì được 1 điểm thưởng. Cộng dồn số điểm có thể lựa chọn đổi lấy khoản quà tặng hoặc một số dặm trình máy bay.

HIỆU ĂN QUỐC TẾ CHOICE

Dưới thương hiệu hiệu ăn quốc tế cỡ lớn Choice có 4 khách sạn liên doanh: Comfort, Clarion, Quality, Sleepinns, tổng số cửa hàng vượt quá số 1000. “Phương án đặc quyền quý khách” của công ty này đồng thời được áp dụng trên cả 4 khách sạn đó, biện pháp sử dụng như sau: Hội viên chỉ cần mua hàng 1 đôla ở bất kỳ khách sạn nào trong đó thì sẽ được 10 điểm. Số điểm thưởng tích lũy được tra bằng việc ngủ trọ miễn phí. Những hội viên khác được hưởng quyền lợi bao gồm làm thủ tục - trả phòng có thể muộn hơn. Nếu tình hình nhà trọ cho phép, còn được hưởng ưu đãi nâng cấp phòng ngủ.

CÔNG TY TIÊU THỤ TRỰC TIẾP HANOVER

Bộ phận mua hàng qua bưu điện bản mẫu Kitchen & Home dưới thương hiệu của công ty tiêu thụ trực tiếp Hanouver ở Weshanken bang Neuzhexi cho ra “Câu lạc bộ người mua” thu phí nhập hội, hội phí một năm 25 đôla, khi nào hưởng khi đó được ưu đãi mua qua bưu điện chiết 9. Cũng có một tuyến chuyên dịch vụ đề ra ưu tiên phục vụ hội viên đặt mua và khách hàng. Nếu không

may sau khi thử nghiệm phương an này không vừa lòng, trong 30 ngày có thể yêu cầu trả lại hội phí 25 đôla.

CỬA HÀNG CHUYÊN THỰC PHẨM SỨC KHOẺ HEALTH SHELF

Cửa hàng chuyên bán thực phẩm sức khỏe thiên nhiên không phân biệt cấp hiệu Health Shelf, chỉ cần mỗi năm nộp 10 đôla, thì sẽ có được tư cách “khách quý”, được hưởng quà tặng khách quý của công ty này và được giúp đỡ chăm sóc sức khỏe sinh hoạt. Phương án này bao gồm nhiều loại hội viên hưởng quyền lợi riêng biệt, mà trong đó khiến người ta khó có thể bỏ qua được là cứ vào ngày thứ 2 đầu tiên của mỗi tháng ưu đãi chiết khấu 21% cho tất cả các thương phẩm bán ra.

CÔNG TY DẦU MỎ EXXON

Không biết phải làm những sổ những thẻ gì thì mới được hưởng ưu đãi đặc biệt? Công ty dầu mỏ lớn thứ 2 toàn cầu Exxon gần đây tặng miễn phí cho khách hàng đặt báo một chiếc vòng chìa khóa trên đó có nhân hiệu hàng hóa đăng ký của họ là một con hổ. Hoạt động “chiêu đãi tháng” của Exxon diễn ra với những khách hàng có chiếc vòng chìa khóa này, mỗi tháng có thể đến trạm bơm dầu của công ty này hưởng thụ một thương phẩm ưu đãi đặc biệt mới đưa ra. Ví dụ như tháng 8 năm 1998,

căn cứ vào chiếc vòng chìa khóa này cộng thêm 25cen bạn có thể chọn ly cafe bất kỳ, một chai nước khoáng hoặc một thùng Soda ga.

SIÊU THỊ LIÊN DOANH FARM FRESH

Thời còn là sơ khai, cách nay khoảng năm 60, thủ pháp xúc tiến tiêu thụ của các trạm bơm dầu là: lấy từ các hạng mục có chiết khấu thậm chí những mặt hàng lẻ tập hợp thành một bộ ưu tiên để cho khách hàng không ngừng tiếp tục qua cửa. Số thương phẩm này có thể là dao ăn bít tết, cốc thủy tinh dùng trong bữa ăn... Từ đó đến nay những thủ pháp đó vẫn còn ở siêu thị liên doanh Fam Fresh. Người tiêu dùng hàng tuần vẫn mua như thế, có thể dùng giá ưu đãi đặc biệt tìm mua trọn bộ đồ nấu, nồi, chảo chống dính Oneida. Trên tờ rơi quảng cáo hàng tuần của Farm Fresh đều có khoản chiết khấu mới, khách hàng có thể căn cứ vào đó mua loại nồi lớn thời mới hoặc nồi đáy bằng.

SIÊU THỊ WUKELA

Mua hàng in hoa như thế nào? Gần đây siêu thị Wukela sử dụng việc in hoa dụng cụ nấu nước Roma Gourmet đổi thành lời kêu gọi thành công đã nâng cao được sức mua, khôi phục lại khách hàng. Người tiêu dùng mỗi lần mua 5 đôla có thể được 1 lần in hoa, trên tấm thẻ đủ 20 lần in hoa sẽ

mua được chiết giá một thứ bất kỳ trong bộ đồ này.

Siêu thị Wukela cũng sử dụng thẻ quý khách của họ để thực hiện phương án này. Họ hợp tác với General Mills, người tiêu dùng mỗi bữa sáng mua 12 hộp thực phẩm General Mills có thể được tờ phiếu tặng của siêu thị Wukela bằng 5 đôla. 12 hộp! Nghe ra thì thật là không ít! Không quan trọng, bạn có cả một năm thời gian tích huỹ dần dần. Cũng giống như trước đây, Siêu thị Wukela sẽ ghi chép theo dõi sức mua của bạn, bao giờ đủ nó sẽ tự động gửi quà tặng đến cho bạn.

Ngoài ra, họ còn cho ra đời phương án "Cookie Dough". Trong thời gian từ 1 tháng 4 đến 31 tháng 12 năm 1999, người cầm thẻ có thể mua hàng bất kỳ, cứ 3 hộp bánh bích quí Nabisco, Sweet Crispers hoặc bích quí soda Honeymaid graham là có thể được 1 đôla, đồng thời ghi trên sổ của "cookie Dough" sẽ có thể trả bằng bất kỳ thương phẩm nào của cửa hàng. Cũng như vậy, công ty sẽ tự động ghi chép, người tiêu dùng hoàn toàn không cần phải phí thời gian.

Bạn có biết không, mất đi một khách hàng sẽ gây cho công ty bao nhiêu tổn thất? Căn cứ vào Caidllac: Một khách hàng trung thành có thể mua số hàng trị giá 332000 đôla; đối với "khách trung thân" thì cũng có thể cao đến 8000đôla.

Bây giờ, chúng ta hãy nói chuyện về con gà tây nhé! Các chiêu thức của các siêu thị thực hiện để tiêu thụ gà tây đều là tuyệt vời mà không giống nhau. Lấy Wukela làm ví dụ, người tiêu dùng trước ngày lễ tạ ơn một thời gian, cứ tiêu dùng đủ 500 đôla sẽ được một khoản quà tặng, có thể đổi được 5 đến 6 kg gà tây. Có thể ăn không hết nhiều đến thế. Về điểm này họ cũng đã có tính toán. Người già cả hoặc người sống độc thân chỉ cần mua đủ 250 đôla là có thể được khoản quà tặng. Với khoản quà tặng này mua gà tây đông lạnh hoặc đã chế biến còn được hưởng chiết giá 5 đôla. Phương án này cũng thông qua thẻ khách quý của Wukela mà thực hiện. Cho nên công ty cũng đã tự động ghi chép theo dõi sức mua, nếu bạn không sử dụng sẽ bị thu lại biên lai.

HIỆU ĂN ITALI MIAMORRE PIZZA&PASTA

Hiệu ăn Itali Miamore Pizza&Pasta ở Lompoc bang Jia cũng cho ra đời thẻ hội viên của riêng mình. Khách hàng tiêu dùng 2 đôla xin mời trở thành hội viên, thì mỗi lần đến đây dùng bữa đều được hưởng phần lãi. Tích lũy những điểm số hưởng lãi có thể đổi lấy bất kỳ thực phẩm gì, thậm chí còn có thể được hưởng ưu đãi chiết khấu ở một số cửa hàng trong khu vực.

HÃNG ĐỒ DÙNG GIA ĐÌNH VÀI TRANG TRÍ KRAVET

Kravet là cửa hàng cung cấp cho khách hàng theo thiết kế nội thất, đảm bảo cung cấp các loại vải trang trí, đồ gia dụng. Họ dùng phương án “biểu phong cách” để nâng cao lòng trung thành của khách hàng. Chỉ cần người thiết kế nội thất hoặc kiến trúc sư chọn sản phẩm của họ để trang trí trong nhà chủ doanh nghiệp hoặc văn phòng thì sẽ nhận được điểm số. Điểm số này lấy các tặng phẩm có rất nhiều loại quà. Có cả du lịch Spa trừ danh, đương nhiên có cả đồ dùng gia đình nổi tiếng.

XUỞNG DƯỢC 3M PHARMACEUTICALS

Xưởng dược 3M Pharmaceuticals vì khách hàng người New Zealand đã sáng lập ra “quà biếu 3M Plus”. Chế độ trị liệu của New Zealand không giống Mỹ, nhãn mác dược phẩm là do người tiêu dùng tự mình lựa chọn, mà không phải là trong tay thầy thuốc. Phương thức mời khách này cung cấp cho hội viên chiết khấu ngoại ngạch, được hưởng điểm thưởng, có thể đổi lấy những thương phẩm khác và khoản chiết giá, đồng thời cũng có thể dùng ở những cửa hàng khác trong khu vực.

KOMATSU

Những sản phẩm này về cơ bản có đặc tính rất khó vận dụng thủ pháp thẻ hội viên khách hàng

thường xuyên để lôi cuốn khách hàng. Ví dụ như máy làm đất. Cho nên Komatsu Tokyo Nhật Bản hi vọng khách hàng từ “thiết” (máy móc cỡ lớn) nâng cao đến “đại thiết” (máy móc cỡ lớn hơn). Họ nghĩ ra cách cho khách hàng ngồi vào buồng lái. Lấy ví dụ như trước đó không lâu, Komatsu đã phát đi giấy mời khách hàng đến tham dự buổi thử nghiệm tại thành phố Chatlaneoga bang Triannaxi. Nhà chế tạo công cụ kiến trúc lớn thứ hai toàn cầu này, ngoài việc cung cấp rất nhiều sản phẩm để khách đến thao tác thực tế ra còn chu cấp đầy đủ các dịch vụ về ăn ngủ, đi lại trong thời gian khách lưu lại.

CỬA HÀNG ĐẠI LÝ MÁY MÓC EQUIPCO + HITACHI

Đại lý máy móc cỡ lớn Equipco và Hitachi liên kết trưng bày sản phẩm. Khách hàng thường xuyên được mời tham gia hai ngày yến tiệc của họ tổ chức tại Restaurant Lasiweifia. Có vị khách hàng cho rằng cuộc du lịch này có chỗ rất đặc sắc là cuộc chạy thử máy móc cỡ lớn siêu cấp cử hành tại ngoại vi một căn cứ không quân của quân đội Mỹ. Gần đó, các máy bay lên thẳng, máy bay chiến đấu qua lại liên tục giống như cho thưởng thức một buổi biểu diễn máy bay miễn phí vậy!

NHẬN MUA HÀNG TRẢ LẠI

Công ty máy tính điện tử Gateway khởi nghiệp

tại North Sioux bang Nandaketa, là một công ty tiêu thụ trực tiếp máy tính lớn thứ 2 toàn cầu tự nguyện mua lại máy tính Gateway đã quá hạn, chỉ cần bạn chuẩn bị mua của họ một máy tính mới. Trong phương án “Your: Ware” của công ty này có mục phương án “kế hoạch miễn vượt đi”. Máy tính mới hiện nay khách hàng mua về, trong khoảng 2 đến 4 năm đem trở lại, công ty chịu chiết giá đổi lấy cái mới. Công ty sẽ căn cứ vào Orion Blue Book mới xuất bản để quyết định hiện giá máy tính, mà khoản tiền trả bù nhất thiết phải mua được một máy tính Gateway. Có như vậy mới có thể buộc được vị khách hàng này lần sau lại đến mua.

Trung tâm trao đổi sách cũ Williamsburg hầu như ở mỗi khu vực chỉ ít cũng có một cửa hàng sách bìa mềm cũ. Ở thị trấn chúng tôi cái cửa hàng đó gọi là Trung tâm trao đổi sách dùng lại (Book Exchange of Williamsburg). Cũng giống như các đồng nghiệp, trong cửa hàng việc mua sản phẩm nhờ vào khách hàng thường xuyên qua lại giúp đỡ. Cửa hàng này đưa ra một chế độ đổi hàng lấy hàng, khách hàng có thể lấy sách dùng lại đem đến cửa hàng đổi tương đương với 1/4 nguyên giá mua bằng hạn mức tín dụng, hạn mức tích lũy có thể mua được tất cả các loại hàng hóa có trong cửa hàng, mà giá mua những sách cũ này thì bằng 1/2

giá định cũ. Ngay sau đó, sách vừa mới mua lại là thương phẩm “đã mua và sử dụng”.

HIỆU SÁCH CHAPTER ONE BOOKS

Chapter One Book ở St. Louis bán cả sách mới lẫn sách cũ, đường dây kinh doanh chủ yếu là Roma, gồm chuyện mạo hiểm miền Tây và cả tiểu thuyết thần bí. Thủ pháp lôi cuốn khách hàng luôn trở lại mua hàng là biện pháp “mua lại” biến tướng. Các loại sách mua ở đây mang đi, sau khi khách hàng xem xong mang trở lại. Chapter One thỏa thuận bằng phương thức trả tiền mặt hoặc ghi điểm tín dụng của nhà hàng này. Ví dụ: Một quyển sách bìa mềm giá rẻ có lẽ cũng làm bạn phải bỏ ra 5 cen hoặc là điểm số tín dụng là 50. Số mục không lớn nhưng cũng đủ để khách hàng tay cầm sách không ngừng ra ra vào vào.

PHẦN 7

QUÝ KHÁCH HÀNG, XIN MỜI NGỒI

Ưu đãi đặc biệt cho những khách hàng đặc biệt

Ở chương trước, chúng tôi đã kiến nghị bạn nên quan tâm và có các biện pháp kích thích đối với toàn bộ khách hàng. Nhưng bây giờ chúng tôi lại muốn bạn có thể đi xa hơn nguyên tắc kể trên đó là: quan tâm đến những khách hàng quan trọng nhất của mình, dành cho họ những điều kiện ưu đãi tốt nhất.

Thực tế cho thấy, doanh thu bán hàng của hơn một nửa số công ty tuân theo quy luật Pareto (hay còn gọi quy tắc 80/20): 20% số khách hàng chủ yếu mang lại 80% doanh thu. Hãy dành cho 20% khách hàng này những quan tâm đặc biệt.

Rất nhiều công ty đồng ý với quan điểm trên và họ có biện pháp cảm ơn khách hàng rất đa dạng. Một số đơn giản chỉ tặng khách hàng các tặng phẩm; một số đưa ra các biện pháp khen thưởng để kích thích tiêu thụ; một số khác thậm chí còn có

những chiến lược chăm sóc khách hàng được thiết kế rất độc đáo, dành riêng cho nhóm khách hàng đặc biệt này.

Dưới đây là các ví dụ điển hình và độc đáo có thể giúp bạn tạo lập được mối quan hệ mật thiết hơn nữa với nhóm khách hàng quý báu này.

TẶNG QUÀ NHÂN DỊP ĐẶC BIỆT

CÔNG TY COSNER - COMTECH

Gửi đi một món quà vào ngày sinh nhật. Ý tưởng đó thế nào? Để chúc mừng công ty tròn 10 năm tuổi, cửa hàng thiết bị truyền thông Cosner comtech bang Nengdana đã gửi đi một phong thư cảm ơn cho tất cả các khách hàng quan trọng và bất kỳ khách hàng nào đã mua “loại phụ kiện có tổng giá trị trên 40 đô la”.

THE BUSINESS READER

Bạn làm gì đối với những sản phẩm mẫu nhận được từ các nhà cung cấp? Tại cửa hàng sách “The Business Reader” người ta dựa vào danh sách khách hàng để chọn ra các khách hàng tiêu biểu cho từng quý. Sau đó, lấy các mẫu sách mới nhất mà các nhà xuất bản đem chào tặng lại cho khách

hàng cùng với một thư cảm ơn. Biện pháp này không những tiết kiệm cho bạn mà còn được các bên khác hoan nghênh: khách hàng được tặng sách miễn phí, sách mới của nhà xuất bản đến tay độc giả. Và hơn thế, khi một quyển sách mẫu nào đó làm cho khách hàng thích thú thì rất có thể sẽ có một cuộc mua bán lớn.

MUA HÀNG QUA BƯU ĐIỆN BLOOMINGDALE'S BY MAIL

Mua hàng qua bưu điện bất kỳ thời gian nào cũng được áp dụng một số hình thức cảm ơn khách hàng bằng hiện vật, làm cho khách hàng đôi khi có được những ngạc nhiên thú vị. Chẳng hạn có một phong thư mở đầu viết rằng: “Đây là lễ vật tạ ơn của chúng tôi gửi tới ngài”. Sau đó tiếp tục nói rõ: “Ngài là một trong số khách hàng khả ái nhất của chúng tôi”. Nhưng cái quan trọng nhất là quà biếu dành cho khách hàng: tạp chí “Food & Wine” trong 1 năm.

CÔNG TY MICROSOFT

Gần đây công ty Microsoft cho ra tờ “Song nguyệt san”. Tuy nhiên, đây là báo miễn phí nhưng chỉ tặng cho “Khách hàng cực kì quan trọng mua nhiều loại sản phẩm phần mềm nhỏ”. Khoản quà tặng này đã thể hiện đầy đủ thành ý. Trong tạp san đăng nhiều thông tin có ích để khách hàng tìm hiểu thấu đáo

giá trị phần mềm của công ty đã cung cấp.

CÔNG TY ĐỒ DA LEEGIN CREATWE

Tạp chí “The Business Reader” đã từng đăng tải bài báo lý giải vì sao công ty đồ da Leegin Creatwe lại có thể thu hút khách hàng đến khu Viễn Đông mở hội nghị. Đó là do công ty đã có những quà tặng rất đẹp cho các khách hàng. Nhưng điều đặc biệt lại là ở chỗ các tấm thiệp của công ty không gửi đến trực tiếp các khách hàng của mình. Leegin Creatwe gửi những bưu thiếp tới hơn 2500 khách hàng chủ yếu nhất của các cửa hàng bán lẻ. Kết quả là những đơn đặt hàng mới không ngừng tăng lên, khách hàng tích cực đề xuất yêu cầu trưng bày sản phẩm...

TEN HOEVE BROS

Biểu dương khách hàng cũng là một tặng phẩm vô cùng giá trị. Ten Hoeve Bros cửa hàng buôn bán khí cụ tiện lợi và kinh doanh trạm bơm dầu, có trụ sở tại Crulstadl bang New Teshe đã tổ chức cho khách hàng một dạ tiệc vào ngày nghỉ cuối năm. Những khách hàng quan trọng nhất đều được nhận một tấm biển treo khen ngợi; trên biển có hai phần, một phần tặng khách hàng còn một phần kê ra các văn phòng của mình.

CÔNG TY DỊCH VỤ ĐO KIỂM THUỶ VĂN ĐỊA CHẤT AQUA- PROTECH LABS

Công ty Aqua- Protech Labs tại New Teshi luôn có những kỳ nghỉ cuối năm vui vẻ và đó cũng chính là dịp để họ cảm tạ khách hàng. Năm 1998, khách hàng được mời tham gia dạ tiệc tại Restauran Pegasus, nằm gần trường đua ngựa Meadowtands nổi tiếng. Trong năm đó danh hiệu của các khách hàng được phát đi trên sóng phát thanh và trên màn ảnh lớn tại trường đua. Các đại biểu khách hàng bước vào trường đua trong tiếng hò reo nhiệt liệt, tiếp sau đó là quà biếu và rượu ngon.

HÃNG HÀNG KHÔNG US AIRWAYS

US Airways là hãng hàng không lớn thứ 6 của Mỹ, thành công của nó một phần cũng vì có những quan tâm đặc biệt đến các khách hàng quan trọng. Ngoài việc chiết khấu giá ở mức cao nhất US Airways còn nổi tiếng bởi biện pháp nâng hạng chỗ ngồi miễn phí. Khách hàng ở khoang bình dân có thể đề nghị chuyển chỗ ngồi. Và rất có thể họ sẽ được mời ngồi lên hàng ghế đầu khoang. Hãng rất coi trọng họ, điều đó mang lại một ấn tượng không thể nào quên đối với khách hàng.

KHÁCH SẠN LIÊN DOANH CROWNE PLAZA

Khách sạn Crowne Plaza đưa ra các dịch vụ đặc

biệt đối với khách hàng thường xuyên. Trong đó có mục khách hàng thương vụ được đáp máy bay khi đi công tác. Khách sạn này có toàn bộ 60 chi nhánh, đồng thời họ đề ra “Phòng nghỉ của ngài đã được chuẩn bị thoả đáng”. 7 giờ sáng khách có thể đăng kí phòng nghỉ, và ba giờ chiều làm quyết toán trả phòng.

CẢM ƠN KHÁCH HÀNG MUA NHIỀU LẦN

SIÊU THỊ WINN DIXCE

Số lần mua hàng cũng là một tiêu chuẩn phân loại khách hàng tuyệt vời. Gần đây, siêu thị Winn-Dixce đã mở một chiến dịch 5 tuần để thu hút các khách hàng trung thành đến mua hàng. Trong suốt 5 tuần liên tục đó mỗi tuần chỉ ít cũng tiêu tốn 50 đô la mua quà làm tặng phẩm.

NGÂN HÀNG ĐẠI THÔNG

Có rất nhiều loại thẻ tín dụng không tính đến số lần tiêu dùng mà chỉ cần mua hàng hóa thẻ là bạn đã có thể nhận được quà tặng. Điển hình là thẻ Cashbuilder Gold Visa của Ngân hàng Đại Thông, chủ yếu tập trung vào người mua hàng có nhiều lần xoá thẻ. Nếu mỗi tháng một lần bạn tiêu

dùng đủ hạn ngạch 200 đô la thì biện pháp kích thích của Ngân hàng là tự động trả lại số đã tiêu dùng và cho vay trước 1% tổng ngạch bằng tiền mặt, ngoài ra còn có thêm một phần lợi tức. Khi tổng mức quà tặng tích lũy đạt 500USD hoặc tích lũy liên tục trong 3 năm, ngân hàng sẽ tặng bạn một quyển phiếu chi.

CỬA HÀNG ĐỒ TRANG SỨC JONES NEW YORK

Thủ tục tham gia vào chương trình ưu đãi khách hàng của CAP rất đơn giản. Chỉ cần đăng ký tên và gửi qua bưu điện là được. Thành viên của CAP sẽ thường xuyên được chiết khấu về giá, được thông báo về hoạt động mua bán kỳ tới. Còn nếu muốn nhận được quà tặng thì phải có doanh số tích lũy đạt 750 đô la. Khách hàng có thể mua hàng ưu đãi tại các cửa hàng thuộc liên doanh này, hàng hóa là thời trang công sở, đồ thể thao...

CỬA HÀNG BÁNH GATÔ BUBBLES

Bánh gatô đông lạnh và ống nước lắp sẵn có quan hệ gì? Đáp án sẽ là: kì nghỉ. Nếu nói anh là nhân viên nghiệp vụ tiêu thụ của công ty bánh Bubbles thì sẽ có cơ hội du lịch bằng máy bay miễn phí. Bubbles thông qua quà tặng và những chuyến bay đặc biệt của hãng hàng không Mỹ quốc khuyến khích các nhân viên tiêu thụ bánh gatô có thành

tích nổi bật. Cơ sở bán ra mỗi tháng của cửa hàng tiêu thụ bánh gatô có ghi chép, còn tính đổi thành số điểm thưởng tích lũy dần dần...

HÀNG PHÂN PHỐI THIẾT BỊ NÓNG LẠNH PALERMO

Palermo của Công ty phân phối thiết bị nóng lạnh Nừu Trạch Tây là phần thưởng để tặng cho khách hàng lớn trong những kỳ nghỉ của họ. Nhưng nó không chỉ mang đến một chuyến du lịch cho chủ nhân mà còn tùy theo lượng khách hàng mua và nhu cầu đi nghỉ thường xuyên mà có các phương án nghỉ khác nhau cho khách hàng lựa chọn, nhưng có một điểm chung là họ có thể bay đến những nơi ấm áp khi vào mùa đông lạnh của Nừu Trạch Tây. Một khách hàng quen thuộc đã nói rằng: “Tôi mua bán với Palermo, tôi có thể gộp lại các phiếu khuyến mại để có được một chuyến du lịch hấp dẫn miễn phí, thế thì tôi cần liên hệ với công ty du lịch làm gì nữa?”.

BLISS SPA

Bliss của thành phố New York lập hai phương án để khuyến khích khách hàng đến thăm, một được lập theo khách hàng Spa, một phương án khác là nhằm vào khách hàng của sản phẩm Spa của Bliss out. Công ty này không lớn, biện pháp cũng

rất đơn giản, Bliss không gửi thư điện cho khách hàng mà theo dõi ghi chép của khách hàng trong phương án gọi là "Bliss-Miles". Cứ 1 đô la phí điện hoa thì khách hàng sẽ được tự động tính thành một dặm, gộp lại đủ 1500 dặm thì sẽ được đổi thành dịch vụ, và sản phẩm được chiết khấu ưu đãi hoặc miễn phí.

CÔNG TY THIẾP MỪNG HẠ CAO

Trên các đường phố, cần danh thiếp dễ như trở bàn tay, vì vậy cần phải làm cho người tiêu dùng chỉ cần đến cửa hàng chuyên bán danh thiếp một lần mà không cần phải kích thích, tác động từ bên ngoài. Công ty Thiếp mừng Hạ Cao đã nắm được ưu điểm này nên họ đã đưa ra thiếp chúc mừng Kim Quán. Cách làm vào này rất đơn giản, chỉ cần khi bạn trả tiền thì điền thêm một tờ thông tin cơ bản đơn giản. Như vậy, từ lần sau, khi mua thiếp Kim Quán thì cứ 1 đô la sẽ được thưởng 10 điểm, mua bất kỳ một thiếp mừng nào đều được 25 điểm ngoài định mức. Mỗi mùa, nếu tập hợp được khoảng từ 200 đến 4200 điểm thì sẽ nhận được phiếu thưởng của công ty với mức cao nhất là 20 đô la.

CỬA HÀNG THIẾT BỊ VĂN PHÒNG STAPLES

Đối với chúng tôi, những người làm văn phòng phẩm, thì cửa hàng Staples thiết lập phương án

tặng thưởng dựa vào mức tiêu thụ. Ngay từ đầu phải mua đủ 50 đô la Mỹ, sau đó mức giao dịch mỗi lần sẽ tự động gộp lại, người nào mỗi mùa mua từ 250 đến 600 đô la Mỹ thì sẽ bốc thăm trúng thưởng thậm chí với cả những sản phẩm có giá trị cao như máy tính, máy in hóa đơn, máy copy, máy fax.

SÂN BAY QUỐC TẾ NEWPORT NEWS/WILLIAMSBURG

Nếu một năm bạn khởi hàng từ sân bay Quốc tế Newport News/Williamsburg 6 lần trở lên bạn sẽ đủ tư cách tham gia “Câu lạc bộ dịch vụ bay”. Từ đó về sau, cứ mỗi lần hội viên khởi hành từ đây thì sẽ được tính 1 điểm phi hành, số điểm gộp lại sẽ đổi được rất nhiều thứ bao gồm phiếu bãi đỗ xe, uống cà phê, mua báo miễn phí ở sân bay, cứ mỗi mùa đều được chiêu đãi ăn trưa, ngày khởi hành còn được sử dụng miễn phí ở trung tâm dịch vụ các dịch vụ như fax, copy...

NGÂN HÀNG QUỐC GIA

Cần phải làm cho các vị khách hàng quan trọng cảm thấy mình được đối xử thật đặc biệt, với những ưu đãi được thiết kế cho riêng họ. Gần đây, Ngân hàng quốc gia mới sáp nhập với Ngân hàng Mỹ quốc đã đề ra một chương trình gọi là Advantage cho các khách hàng có giá trị giao dịch với ngân

hàng cao hơn nhiều so với mức giao dịch bình quân. Khách hàng thuộc chương trình Advantage có thể nhận được phiếu chi miễn phí, một khoản bảo hiểm miễn phí, miễn phí hoà mạng thực hiện các nghiệp vụ giao dịch với ngân hàng, được hưởng ưu đãi tỷ lệ tài khoản vay. Ngoài ra còn các nghiệp vụ thông thường như hồi phiếu, tiếp nhận thương phiếu... đều được miễn phí.

CÂU LẠC BỘ QPB

Hầu hết mọi người tham gia vào câu lạc bộ QPB là vì thấy sự ưu đãi dễ dàng mà những người khác nhận được: Khi trở thành hội viên, không cần tiêu dùng cũng có thể nhận được quà tặng. Vậy điều gì khiến khách hàng quay trở lại? Đó là do chương trình “Quý khách QPB” mua 6 quyển sách trở lên sẽ nghiệm nhiên trở thành hội viên, sau mỗi lần mua có thể nhận được số điểm thưởng bằng 2 lần trước, lại miễn phí chọn mua bất kỳ một quyển nào. Ngoài ra, cũng có hội viên được hưởng chiết khấu, miễn phí phí dịch vụ, ưu đãi chuyển giao nhanh, miễn phí đóng gói quà tặng đặt mua.

NHA HÀNG SWISSOTEL

Swissotel căn cứ vào doanh số để xác định các khách hàng quan trọng và lập ra “Câu lạc bộ khách

hàng hoàng kim Swiss". Quyền lợi của hội viên bao gồm: nâng cấp phòng, miễn phí bữa sáng, đảm bảo phòng nghỉ. Nhà hàng này cũng gửi đến các khách hàng trên một bảng hỏi về những sở thích cá nhân để chuỗi 21 cửa hàng của họ có thể hiểu và phục vụ khách hàng một cách tốt nhất.

BÁO CÁO ĐIỀU TRA ĐỘ TRUNG THÀNH CỦA KHÁCH HÀNG

Căn cứ vào "Độ trung thành của khách hàng ngày nay" của nhà xuất bản London, với đối tượng là 11 ngân hàng nước Anh, kết quả điều tra cho thấy: khách hàng trung thành tăng 5%, số dư tài khoản ngân hàng tăng 85%, lợi nhuận từ nghiệp vụ thẻ tín dụng tăng 75%. Đồng thời cuộc điều tra này cũng phát hiện trong số các nhân viên ngân hàng được phỏng vấn chỉ có 44% cho rằng việc tăng cường khách hàng trở lại là vô cùng quan trọng.

CÔNG TY GIẢI TRÍ HARRAB'S

Khách chơi cờ bạc của Harralis thành phố Tunisa bang Mitsisipi được gọi là khách hàng tinh anh của "loại khách cấp cao" thì được hưởng chế độ hội viên như sau: ngoài việc được hưởng tất cả mọi ưu đãi theo phương án Harrah's Jotal còn được hưởng thêm một số phục vụ tâm đắc như có chuyên khu chơi trò chơi "Loba" đặc biệt dành cho hội viên toàn vùng, trong đó kèm theo ghế ngồi xoa bóp, tú

bảo quản đồ dùng cá nhân, nếu yêu cầu liên lạc đối ngoại trong đó có điện thoại đường dài, trên mặt thiết kế một số nút ấn phục vụ nhanh, nếu muốn có đồ ăn điểm tâm, đồ uống chỉ việc ấn một nút lập tức có ngay.

CÔNG TY HÀNG KHÔNG MỸ QUỐC

Phương án mời khách tham gia các chuyến đi của hàng không Mỹ Quốc lại cho ra thẻ bạch kim của người quản lý kinh doanh, đối tượng là những khách hàng hàng năm đáp máy bay chuyến AA đi trên 10 vạn dặm trình. Ở đây, những khách hàng thường xuyên nhất sẽ được hưởng chế độ phục vụ bao gồm quây tử phục vụ khách hàng chuyên dùng. Kéo dài thời gian hiệu lực của tích lũy dặm trình, thời gian sử dụng vé định kì hạn chế ít hơn, thông báo trước chỗ ngồi nâng cấp trong khoang và một số mục ưu đãi khác.

CÔNG TY HÀNG KHÔNG ĐẠT MỸ

Công ty hàng không Đạt Mỹ quan tâm đến những lễ khách thượng vụ mỗi năm hạn ngạch tiêu dùng khoảng 4 vạn đô la đến 25 vạn đô la. Họ đưa ra phương pháp "Sky privileges plus" nếu mỗi quý khách hàng đạt được kim ngạch tiêu dùng quy định thì sẽ có vô số đãi ngộ đặc biệt được hưởng, bao gồm chiết khấu phục vụ, phục vụ chuyển chỗ

tự động hóa, vé máy bay miễn phí các tuyến bay trong nước và nâng cấp chỗ ngồi. Ngoài ra, còn có cơ hội nhận được danh hiệu “quý khách vàng”, “quý khách bạc” của công ty này.

CÔNG TY BÁCH HÓA BLOOMINGDAR'S

Công ty bách hóa liên doanh tiêu thụ Bloomingdar's dưới thương hiệu của bách hóa Rederted có hạn mức tiêu dùng của khách hàng đạt đến một mức nào đó, thì sẽ được vào tham dự “Khách hàng tuyệt vời nhất” của công ty này. Phương án này dựa vào thẻ “Premier Visa” làm cơ sở, khách có thể được hưởng những ưu đãi miễn phí sau:

- Khi xoa thẻ tiêu dùng này có thể nhận được quà tặng tại Bloomingdar's, mua hàng có thể nhận được 6% kim ngạch tiêu dùng, nếu mua hàng ở các nơi khác thì chỉ được 3%.

- Không hạn chế đóng gói quà tặng miễn phí.

- Mỗi quý có vài ngày khuyến mãi đặc biệt, khách có thể hưởng ưu đãi ngoại ngạch từ 10-15%.

- Đặt hàng theo bản mẫu mua hàng qua bưu điện của Bloomingdar's bất kỳ 1 thương phẩm nào cũng được miễn phí vận chuyển.

- Nếu khách cần trả lại hàng, không có một lý do gì, công ty cũng cử người chuyên làm chuyển giao nhanh UPS đến lấy hàng.

CÔNG TY BÁCH HÓA MACY'S

Dưới thương hiệu của Federated còn có một công ty bách hóa liên doanh tiêu thụ nổi tiếng là Macy's. Macy's thành lập "Câu lạc bộ hội viên Macy's" cho khách hàng thường xuyên của mình. Tất cả các bạn hàng có thể ký sổ của Macy's đều được liệt vào hàng "khách quý", mỗi năm tiêu dùng trong khoảng 500 đô la đến 2500 đô la thì được gọi là hội viên đặc cấp, nếu trên mức 2500 đô la thì được gọi là cấp Tổng thống.

Mỗi một cấp đều có ngày mua hàng đặc biệt riêng, có thông báo trước bán hàng đặc biệt. Ngày đầu cầm thẻ được một phần ưu đãi cấp chiết khấu tiêu dùng, hội viên đặc cấp còn nhận được thêm tập san thông tấn, mỗi năm có 3 ngày dành cho hội viên đặc cấp, chiết khấu cao nhất đến 15% và miễn phí đóng gói quà tặng.

Cuối cùng hãy xem đãi ngộ với hội viên cấp Tổng thống: các hạng mục ưu đãi giống như trên, ngoài ra còn có sửa chữa quần áo miễn phí, miễn phí chuyển giao khu vực và miễn phí phục vụ tuyến chuyển.

CÔNG TY MUA HÀNG QUA BƯU ĐIỆN THEO BẢN MẪU SPIEGEL

Mua qua bưu điện theo bản mẫu thường xuyên nếu thông qua Spiegel thì công ty lớn với doanh

thu tới 30 triệu đô la này sẽ tự động ghi tên bạn vào chuyên án tình anh của họ, ngay lập tức sẽ nhận được khoản quà tặng 10 đô la, lần sau đến mua hàng có giá trị vượt quá 50 đô la dùng chiết khấu này để trả bù. Công ty cũng kèm theo cho bạn một tập tem “phục vụ ưu tiên”, như vậy là để nhân viên của Spiegel dễ dàng nhận biết đơn đặt hàng của các hội viên, để xử lý khoản ưu tiên. Hội viên còn có thể nhận được miễn phí đóng gói quà tặng, được hưởng hoạt động mua bán đặc biệt, như ưu đãi đặc biệt miễn phí vận chuyển hàng hóa trả lại, quà tặng Giáng sinh, mua bán qua bưu điện, mua hàng bằng điện thoại được tăng tốc xử lý.

VẬN TẢI BƯU ĐIỆN HOLLAND AMERICA LINE

Nếu đây là lần thứ 2 bạn đáp tàu vận tải bưu điện Holland America Line, vừa mới bước chân vào phòng bạn sẽ phát hiện ra ngay một món quà tặng nằm ở đâu đó đang chờ bạn mà còn có cả một phong thư hoan nghênh bạn thêm theo nói rõ bạn vừa mới trở thành thành viên của “Hiệp hội thủy thủ vinh quang” của họ. Nếu có một phòng trống thì càng tốt, phòng này sẽ được nâng cấp miễn phí dành cho bạn. Bạn bè chúng tôi đã từng tham gia du lịch Alatsca. Chính sách này đã làm cho họ vô cùng ngạc nhiên thích thú. Trong những tình huống không hề dự tính họ đã được nâng cấp đến khoang

hạng đặc biệt lớn nhất trên tàu giá trị 2000 đô la và có sân thượng của riêng mình.

CÔNG TY CHỨNG KHOÁNG GIA TÍN

Công ty chứng khoán Gia Tín khởi nghiệp tại Sanfrancisco, bởi vì muốn giảm đi những mất xích trung gian không cần thiết, mức doanh thu hàng năm tăng trưởng đến 20 triệu đô la, nhưng họ không thể giảm đi chương trình khuyến mại quà tới những khách hàng tốt đẹp nhất. Thường là mỗi năm khách hàng giao dịch đến trên 48 lần thì sẽ trở thành thành viên của “Hội Gia Tín 500”, sẽ được hưởng nhiều loại hạng mục phục vụ trung gian toàn ngạch đã đề ra, giống như có một nhóm chuyên nghiên cứu phụ trách sổ kế toán của họ.

CÔNG TY QUÀ TẶNG PIER 1 IMPORT

Pier 1 Import vẫn đặt ra một hạng mục lấy sổ ký nợ làm cơ sở, hồ sơ khách hàng thường xuyên chia làm 3 đẳng cấp. Tất cả các khách hàng đều có thể xin trở thành hội viên, nếu 1 năm tiêu dùng ít nhất 2 lần, tổng mức trên 500 đô la, có thể nâng cấp lên “hội viên vàng” sẽ nhận được khoản ưu đãi chiết 8. Nếu 1 năm mua hàng 3 lần trở lên tổng mức trên 1000 đô la thì sẽ trở thành “hội viên bạch kim”, ngoài những ngày chiết khấu đặc biệt của

mỗi tháng, kim ngạch tiêu dùng đủ 1000 đô la còn được khoản quà tặng chiết 9.

CÔNG TY DẦU MỎ OURA

Mỗi năm dùng xăng đủ 500 gallon lấy tại Oura bạn sẽ trở thành hoàng tộc của trạm phục vụ này. Làm hội viên cấp cao nhất của câu lạc bộ Five Up, một công ty Nhật Bản, bạn sẽ được 1 thẻ hội viên đặc biệt để nhân viên ngay lập tức nhận rõ danh phận tôn quý của bạn, để cung cấp các dịch vụ ngoại ngạch như là vệ sinh hút bụi trong xe, thay kính chắn gió, gạt mưa dầu nhớt hoàn toàn miễn phí.

CÔNG TY BẢO HIỂM CHUBB

Nước Mỹ có một số ngành bảo hiểm, chuyên nhằm vào những khách hàng cấp cao nhất để cung cấp bảo hiểm nhà đất. Công ty bảo hiểm Chubb bang Niuzhexi cũng là một trong những công ty đó, chuyên cung cấp bảo hiểm quyền sở hữu tài sản trong và ngoài nhà ở cho các hộ khách có tài sản trị giá trên 100 vạn đô la, những hộ khách như vậy ước chừng chỉ chiếm khoảng 6% nhân khẩu toàn nước Mỹ. Cái đặc biệt của công ty này là đã thiết kế một chính sách cấp cao nhất cho họ, tinh giảm lưu trình tác nghiệp, mở rộng hạn chế phí dụng đối với những cơ sở tạm thời, mở rộng các hạng mục trong khung bảo hiểm mà giới doanh

nghiệp thường không tiếp nhận như các loại rượu ủy thác, châu báu... khách hàng nếu mua bảo hiểm cho toà nhà thứ hai sẽ có ưu đãi đặc biệt.

CỬA HÀNG CHUYÊN NGHIỆP IN SỬA ẢNH MEKENNA

Nhà nhiếp ảnh chuyên nghiệp mỗi năm cần 15 vạn đến 50 vạn đô la in sửa phim ảnh. Để giành giật được thị trường to lớn này, cửa hàng in sửa phim ảnh chuyên nghiệp Mekenna bang Aihihua đã đưa ra chương trình đào tạo, miễn phí cho quản trị và kế toán phòng chụp chân dung, tiếp thị phòng chụp chân dung, thậm chí giới thiệu những khách hàng tiềm năng cho những thợ ảnh mới vào nghề. Tất cả đều được miễn phí, chỉ cần những thợ ảnh này đồng ý để Mekenna xử lý 80% số phim họ chụp được. Dem tới phần phim ảnh gia công xử lý giao cho Mekenna buôn bán.

LIÊN THÔNG MỸ QUỐC

Hội viên được hưởng đặc quyền khác nhau, hội viên cấp cao nhất thì được hưởng đặc quyền cao nhất. Thẻ bạch kim của Liên thông Mỹ quốc dành cho những nhân vật kiệt xuất, trong đó chỉ riêng phí hàng năm cũng cao đến 3000 đô la. Nhưng người phát ngôn của công ty này Judy Tenzet đã giải thích trên tạp chí "Giá trị" rằng "Nếu hội viên sử dụng các hạng mục ưu đãi mỗi năm 1 lần thì họ

đã tiết kiệm ít nhất là 7.000 đô la. Số hạng mục ưu đãi này bao gồm:

- Mua chỗ ngồi trên tuyến bay quốc tế toàn ngạch, tặng 1 vé máy bay hạng cao nhất đến 3.000 đô la hoặc khoang thương vụ.

- Được ngồi buồng sau máy VIP tại sân bay của hai công ty hàng không miễn phí.

- Đặt trước cho khách hàng hơn 200 xuất tại hiệu ăn siêu cấp luôn có bàn trống.

- Tặng tạp chí bìa cứng "Papartures", đây là một tờ tạp chí phát hành chủ yếu chuyên cho thẻ bạch kim.

Gần đây khách sạn cao cấp và trung tâm nghỉ ngơi của liên thông Mỹ quốc đã cung cấp không ít ưu đãi nhà nghỉ của một loạt khách sạn cho các hội viên có thẻ bạch kim, trong đó bao gồm Banden nước Đức Meadowood ở Napavalley bang Jia. Bạn có thể khi đăng ký phòng. Nếu cấp càng cao, phòng còn trống thì có thể được nâng cấp miễn phí.

Miễn phí hai xuất ăn sáng, có thể 4 giờ chiều mới phải làm thủ tục trả phòng. Ngoài ra căn cứ tình hình các địa phương có thể được nâng thực thi đặc biệt là hưởng ngoại ngạch.

Hội viên còn có thể được hưởng khoản độc đáo là du lịch thể nghiệm nước ngoài do phương án "Điểm du lịch bạch kim" đề ra, đồng thời cũng được

điểm quà tặng hội viên gấp 2 lần. Thời gian gần đây hội viên đến trượt tuyết ở dãy núi Luofi Canada sẽ được ở khách sạn suối nước nóng Banff hoặc nhà nghỉ Chateau lake louise. Chuyến du lịch này dài 6 đêm bao gồm điểm tín dụng trượt tuyết 75 đô la, 3 sân trượt tuyết tại địa phương không hạn chế số lần sử dụng, còn thêm 5 lần đi xe cáp đưa lên núi miễn phí kể cả chuyển tải không mất tiền.

PHẦN 8

TÔI KHÔNG NGỐC NHUNG TÔI MUỐN DỄ DÀNG VÀ THUẬN TIỆN

***Biện pháp để biến cái phức tạp
thành cái giản đơn***

Mỗi thương nhân đều cần phải giản đơn thủ tục mua bán với khách hàng. Điều này nghe ra chẳng có gì là lạ, đúng và rất cơ bản. Hãy suy nghĩ một chút! Bạn có thể liệt kê ra một loạt các công ty với những thủ tục phức tạp... và chúng tôi cũng có thể làm như vậy.

Đơn giản hoá là một giải pháp tuyệt diệu cho công ty của bạn để phân biệt với các công ty khác. Còn về phía khách hàng, là nhân tố có tầm quan trọng, đơn giản hoá có thể đem lại những bất ngờ về sự gia tăng số lượng khách hàng mà bạn khó có thể nhận ra.

Có 2 nguyên tắc cơ bản của viện “đơn giản hoá”.

1. Đơn giản hoá mọi mặt tiếp xúc với khách hàng.
2. Để khách hàng cảm thấy thuận tiện nhất

trong quá trình mua bán với bạn.

Trong thời đại “cao tốc” hiện nay, việc “đơn giản hoá” là rất có giá trị. Khách hàng coi trọng việc đơn giản hoá vì nó đại diện cho năng xuất cao, năng lực cao. Mà cái lợi của việc đơn giản hoá còn thể hiện ở chỗ khách hàng dễ dàng ứng phó lại. Cho dù sản phẩm của bạn phải qua đào tạo với kỹ thuật cao mới sử dụng được, bạn còn phải cho khách hàng biết phải làm thế nào để có thể mua được nó.

Tính thuận tiện cũng quan trọng như vậy. Công ty hiểu được yêu cầu của khách hàng là “thuận tiện” sau đó sẽ lập biện pháp từ việc tiết kiệm thời gian mà giành lấy khách hàng. Thời gian luôn luôn là thứ tài sản mà họ coi trọng. Đưa tất cả các hạng mục phục vụ mọi sự lựa chọn có thể kể cả thời gian đặt hàng trình bày trước khách hàng để cho họ bất kỳ lúc nào, bất cứ nơi đâu cũng có thể đặt hàng của bạn.

ĐƠN GIẢN HOÁ LƯU TRÌNH LÀM VIỆC USP CHUYỂN GIAO NHANH

Hãy ghi nhớ 4 chữ cái Kiss chính là “hãy để mọi việc cực kỳ đơn giản. Khi UPS phát minh ra túi thư chuyển giao nhanh, để cách đêm có thể sử dụng

lại chính là đã tuân theo điều này. Rất nhiều công ty yêu cầu phải ký văn bản như ngân hàng, chứng khoán, thương mại, luật sư... hoàn toàn sẽ sử dụng biện pháp này. Có được túi đựng thư, bóc đai tự động dán lần thứ hai, dán kín túi xong gửi trả lại. Như vậy, thật đơn giản. Đồng thời, UPS cung cấp cho khách hàng phần mềm làm việc trên mạng miễn phí. Phần mềm này có thể lưu trữ, in nhãn hàng, tự động tính phí vận chuyển. Ngoài ra, có thể báo cho khách hàng biết tình trạng trong bao bưu kiện điện tử những thông tin cần thiết bao gồm thời điểm gửi, kiểm kê số kiện hàng, hàng chứa bên trong, trọng lượng kiện hàng.

Nguyên tắc thứ ba là phương án trao đổi văn kiện của UPS. Nó có thể chuyển con số thành văn bản truyền dẫn thông qua mạng để đi đến mọi nơi trên toàn cầu, ở đâu cũng đều có thể đọc được. Mức độ an toàn cần thiết do khách hàng lựa chọn. Ngoài ra, tương tự như vậy các dịch vụ khác do các chuyên gia chuyển giao nhanh gói nhỏ cung ứng cũng sẽ thực hiện đúng như chuyển giao trong bao.

CÂU LẠC BỘ QPB

Ba chữ “không phản hồi” là phương pháp chào mời của các câu lạc bộ có rất nhiều hội viên mua bán qua bưu điện. Đây là phương châm rất đơn giản mà lại rất văn minh.

Ví dụ như câu lạc bộ QPB ở Camp Hilll, binh quân khoảng một tháng một lần hội QPB gửi cho khách hàng một phong thư khá dày, trong đó có rất nhiều những tờ giới thiệu bằng bì sách mềm mới xuất bản, đồng thời ra sức giới thiệu những sách theo họ có nội dung hay nhất mà khách hàng nên đọc. Nếu muốn mua những sách này, thì bạn không cần phải làm gì cả. Không bao lâu, sách sẽ được gửi đến tận nhà bạn. Nói cách khác nếu bạn không chuyển lời phúc đáp đến cho họ tức là bạn đã đồng ý mua. Cái đó được gọi là “không phản hồi”.

Câu lạc bộ âm nhạc cổ điển Columbia lợi dụng những khách hàng tiếp xúc với “không phản hồi”. Vấn đề lớn nhất là ở chỗ: khách hàng có áp dụng hành vi biểu thị sự không muốn có sản phẩm này của mình thì mới ngăn hành vi tự động phát chuyển loại này (ở đây thường là lấy sự tiện lợi để ưu tiên). Đến nay, còn chưa có biện pháp tương tự. Nếu bạn muốn có “chọn lọc trong tháng” của họ thì sẽ đừng làm gì nhưng nếu bạn không muốn có thì cũng chẳng cần tiêu phí thời gian đến bưu điện tìm thư phúc đáp gửi cho bạn mà chỉ cần thông qua mạng hoặc ấn điện thoại là được.

TẠP CHÍ ALLURE

Gần đây tạp chí Allure trở thành một nhà cung cấp 300 loại sách báo cho khách hàng nối mạng

nước Mỹ. Năm thứ nhất “biểu sách” miễn phí, bắt đầu từ năm thứ hai, phí đặt mua 12 đôla tài khoản này của khách hàng được tự động khấu trừ trong mạng của toàn nước Mỹ. Hãy nghĩ xem, đối với khách mua sách báo thì việc đặt liên tục thuận tiện hay không đặt là thuận tiện nào?

BÁO LI QI MENG SHIDI

Báo Liqimeng shi di đưa ra cho khách hàng đặt mua báo chí chế độ sau kỳ nghỉ. Bạn chỉ cần thông báo cho toà soạn biết khi nào bạn chuẩn bị đi du lịch, toà soạn sẽ tự động lưu lại những tờ báo này cho đến khi bạn trở về, và yêu cầu khôi phục chuyển giao báo bình thường, khi đó toà soạn sẽ gửi tất cả những tờ báo trong thời kỳ bạn đi nghỉ, đầy đủ từng trang và theo thứ tự từng số và chuyển đến tận tay bạn.

QUÁN CAFE LIÊN DOANH STARBUCK

Bạn có thể chê trách rằng thật tai hại khi quán cafe Cpingbake đầy người nhưng ở Suyatu công ty đạt mức doanh thu đến 10 triệu đô la này quả là đáng được chú ý. Để bạn nhấm nháp tách cafe tươi ngon được dễ dàng hơn, họ đã đưa ra dịch vụ chuyển giao “an toàn”, chỉ cần bạn lựa chọn phương án này, cứ cách 5 tuần công ty lại đưa đến tận nhà bạn cafe hạt, và đảm bảo tươi mới, nếu không bạn

có thể yêu cầu đổi lại hoặc đòi trả lại tiền, hoặc chỉ cần một tờ đơn xin gia nhập thì lập tức Cpingbake tặng bạn một bộ phin cafe chạy điện có thể pha được 10 ly cafe.

CÔNG TY MUA HÀNG QUA BƯU ĐIỆN CAFE "GEVALIA KAFFE".

Gevalia kaffe ở Des Moines thủ phủ bang Aihehua cũng đề ra biện pháp tương tự, lấy hạn lượng mỗi năm chỉ có một lần để chào mời. Gevalie thông qua tờ đặt mua hàng trực tiếp đưa cafe bán cho khách hàng. Lần đầu việc ưu đãi mua bán rất hấp dẫn, 2 gói cafe nước ngoài, ly cafe miễn phí, phích nóng tùy ý chọn màu, cộng thêm một bản thông cáo, tất cả chỉ có 5 đô la. Sau đó cứ 3 tháng người đặt mua hàng tự động nhận được 4 gói cafe quý hiếm loại 200g, kèm theo hoá đơn, trị giá mỗi gói 6,25 đô la = 6,95 đô la.

SIÊU THỊ LIÊN DOANH FARM FRESH

Sa lat đóng gói sẵn là một phát hiện mới nhất tuyệt vời sau bánh mỳ "thổ ti" thái lát. Siêu thị liên doanh Farm Fresh ở Salinas bang Califoznia đã phát động một cuộc cải cách thị trường rau sống: người tiêu dùng đem rau sống rửa sạch sẽ khô ráo, thái sợi đóng gói sẵn. Khách hàng có thích kiểu

phục vụ này không? Xin hãy đến siêu thị gần nhất
ngắm nhìn xem loại sản phẩm này chiếm lĩnh bao
nhiều sạp hàng thì sẽ biết.

CÔNG TY HÀNG KHÔNG MỸ

Công ty hàng không Mỹ sử dụng mạng đặt vé
trước cho khách bình thường đi máy bay rất dễ
dàng, đặc biệt các hội viên có thẻ vàng thẻ bạc,
thẻ ưu đãi sẽ không cần phải xếp hàng mua vé ngồi
chờ máy bay dọn khoang. Họ chỉ cần sử dụng thẻ
hội viên hoặc thẻ tín dụng mua vé, trực tiếp đưa qua
máy soát. Việc kiểm tra an toàn nhanh chóng được
hoàn tất và dòng chữ “cho phép lên máy bay” lập
tức in ra và hành khách có thể chờ lên máy bay.

CÔNG TY ĐẦU TƯ KINH DOANH TIỀN TỆ CAPITAL ONE.

Phương châm của công ty là để cho khách hàng
ngay từ khi bắt đầu có thể nhẹ nhàng thoải mái tích
lũy vé máy bay miễn phí. Công ty đã tặng cho khách
hàng vé máy bay có thể lên bất cứ chỗ nào của hãng
hàng không bất kỳ, với thời gian không hạn chế.

TẬP ĐOÀN HOA KỲ

Tập đoàn Hoa Kỳ CitiCorp là công ty tín dụng
lớn nhất Mastercard có dự án đặc biệt đưa ra loại
thẻ Privers Edoge Visa và thẻ Master Card biểu
lại tiền lãi 2% tổng số tiền tiêu thụ trong thẻ. Có

thể dùng để trả cho các loại xe của các hãng trên toàn nước Mỹ. Đồng thời còn khuyến cáo mức cao nhất của khoản biểu lại này, một năm là 500 đôla, còn nếu mua hoặc thuê xe hơi cao nhất có thể nhận được đến 1500 đôla.

TIỆM ĂN MARRIOFF

Đã có thời công ty và khách hàng đều bị quá nhiều phương án chào mời làm cho quay cuồng đầu óc bèn đem 3 loại biện pháp khen thưởng gộp làm một, để cho sinh hoạt của mọi người đơn giản đi rất nhiều. Phương án biểu lại của mục cải tiến này sẽ tự động ghi chép lại số ngày ở lại của khách hàng... có thể dùng được ở 1.300 khách sạn trong hệ thống khách sạn Marriof. Khách hàng mỗi lần tiêu đi 1 đô la thì có thể được 10 điểm, sau 15 tối cộng lại có thể bạn được nghỉ thêm 1 tối miễn phí.

QUỸ HỘI TRUNG TÂM DI TÍCH LỊCH SỬ WILLIAMSBUR'G.

Quỹ Hội trung tâm di tích lịch sử Williamsbur'g (LW) thông qua First USA giúp cho thẻ VISA bạch kim được phát hành để cho người được giúp đỡ càng thấy hài lòng trả tiền. Mỗi khách hàng là một hội viên của quỹ giữ thẻ tiêu dùng này, mỗi một tỉ lệ của kim ngạch được trực tiếp đưa vào tài khoản của quỹ hội, người tiêu dùng không cần phải sử dụng biện pháp gì khác.

HỌC VIỆN SMITS

Học viện Smith đã nhìn thấy điểm tốt liền lập tức bám theo, cũng phát hành thẻ Novus của riêng mình, số khách hàng thẻ Novus của riêng mình. Khách hàng mỗi lần quét thẻ là một lần mang lại một khoản tiền mặt cho học viện Smith và người dùng thẻ cũng đồng thời nhận được ưu đãi. Cứ mua hàng đủ 100 đôla thì được 1 điểm để đổi thành trái phiếu tiết kiệm cộng dồn đủ 50 điểm khách hàng sẽ tự động nhận được một trái phiếu trị giá 50 đôla.

HỘI NHỮNG NGƯỜI ANH EM LUTHERAN

Tự động khấu khoản để làm quyên góp tôn giáo, điều này thế nào? Hội sáng lập biện pháp “dâng hiến thuần túy” từ tài khoản ngân hàng của bạn theo định kỳ và sau đó khấu trừ 1 khoản do bạn chỉ định. Có lẽ nào khi đến giáo đường không mang tiền dâng hiến? Cứ yên tâm, họ sẽ đưa cho bạn một tờ ghi “tôi dùng điện lưới đóng góp”. Cho nên khi làm lễ bạn sẽ không cảm thấy mình là người hà tiện nữa.

NGÂN HÀNG QUỐC GIA FIRST UNION

Ngân hàng Quốc gia First Union cho dù đã chuyển đến một thành phố khác, hay là có thể để khách hàng không ngừng trở lại. Vì để tránh khách hàng kết thúc tài khoản ở ngân hàng này, sự phiền

phức của việc mở lại tài khoản, làm không tốt bỏ chạy đến ngân hàng khác; First Union đã chủ động kéo về phía mình cái gánh nặng này, trực tiếp giúp khách hàng di chuyển tài khoản hiện có, khi cần lại giúp họ mở lại. Các dịch vụ khác như cho vay, làm chủ thẻ tín dụng, thậm chí đầu tư, cũng không là ngoại lệ.

HIỆP HỘI Ô TÔ NƯỚC MỸ

Hiệp hội ô tô nước Mỹ (AAA) lại càng đơn giản hoá mọi việc đã đề ra hình mẫu tuyệt vời. Thông qua họ bạn có một mã nhất định. Cầm máy di động lên trước mắt bạn sẽ có một “phím ấn AAA” đặc biệt. Không may xe của bạn xảy ra chuyện gì, chẳng phải hoang mang đi tìm số điện thoại khắp nơi, chỉ cần ấn cái phím này, lập tức được nối thông đến đơn vị cứu hộ khẩn cấp trên đường.

CÔNG TY BẢO HIỂM Ô TÔ PROGRESSIVE

Khi anh gặp phải tai nạn xe cộ thì gọi điện thoại cho Công ty bảo hiểm ô tô Progressive. Công ty ngay lập tức đưa đến một thiết bị SVV, có lắp sẵn một hệ thống xử lý sự cố tùy thân, khi thiết bị này được đưa đến hiện trường, đại diện công ty bảo hiểm sẽ tính toán tổn thất để bạn sắp xếp công cụ thay thế và ký vào tờ phiếu chi cho bạn làm tại hiện trường.

LIÊN THÔNG NƯỚC MỸ VÀ CÔNG TY HÀNG KHÔNG ĐẠI LỤC, KHÁCH SẠN SEARTON

Sự tồn tại của thẻ Smort Cards cũng chỉ có một thời hạn. Liên thông nước Mỹ. Công ty hàng không đại lục, Khách sạn Searton. Ba hãng có cổ phần như nhau và liên minh mật thiết với nhau hiện đang thử nghiệm một loại thẻ liên doanh trả thù lao cho khách, tấm thẻ nhỏ trên thẻ, lưu giữ như một thẻ tín dụng còn “biết được” rất nhiều tin tình báo, vì nó mang theo một số tư liệu chi tiết, giống như mã liệu hội viên, yêu cầu đối với nhân viên buồng của nhà nghỉ, chỗ ngồi trên máy bay. Ngoài ra còn có thể dùng với máy thu ngân đã chỉ định của nhà nghỉ hoặc trên sân bay. Vì vậy khách hàng có thể giảm được sự phiền toái của việc xếp hàng đăng ký.

CÔNG TY THỜI THƯỢNG NEI MAN MARCUS

Thẻ quà tặng truyền thống cho đến nay vẫn là một việc phiền phức; khách hàng tất nhiên phải tính toán chi li. Có 50 đôla hoặc 100 đôla trong tay cuối cùng sẽ mua được những gì, nếu không sẽ ghi vào sổ, thêm vào thẻ quà tặng điện tử nữa. Người bán hàng lẻ Nei man Marcus thông qua thẻ tín dụng thông thường có chức năng tương đương thẻ quà tặng thông minh đã giải quyết được vấn đề này. Bạn có dùng thẻ quà tặng để tiêu dùng cho

đến khi dùng hết số tiền có trong đó mới thôi. Neiman Marcus thậm chí còn tiến thêm một bước nữa: đưa ra thẻ chuyên dụng ngày lễ đặc biệt kể cả thẻ quà tặng xí nghiệp, mặt trên có thể in ra thương hiệu hoặc thông tin về khách hàng.

CÔNG TY BÁCH HOÁ SEARS

Công ty bách hoá Sears khéo léo đúng lúc trước khi khai trương đưa ra thẻ quà tặng điện tử. Người lớn có thể chỉ định số tiền trong thẻ mua một thẻ cho trẻ con và tự mình đi mua những vật dụng cần thiết cho khai trương. Trẻ con không mang theo tiền mặt hoặc thẻ tín dụng của bố mẹ, có thể tự mình đi bách bộ trên phố và chọn mua hàng.

CÔNG TY BÁCH HOÁ BLAOMINGDAR'S.

Công ty bách hoá Blaomingdar's cũng tham gia thẻ quà tặng điện tử từ 10 đôla đến 500 đôla có đủ các loại mệnh giá. Tuyệt vời hơn nữa là người tiêu dùng không phải thân chinh đến cửa hàng để mua mà chỉ cần gọi điện thoại hoặc thông qua mạng là được.

LIÊN THÔNG NƯỚC MỸ

Thẻ quà tặng của liên thông nước Mỹ không phải là sản phẩm có trình độ khoa học kỹ thuật cao, nhưng phạm vi sử dụng của những thẻ quà

tặng này thì khá rộng rãi. Nó có 3 loại hạn ngạch là 25 đôla, 50 đôla và 100 đôla. Có thể mua được ở trung tâm dịch vụ du lịch toàn nước Mỹ, hiệp hội ô tô nước Mỹ, trung tâm liên hợp tín dụng và ngân hàng. Nó còn giống như một phiếu chi du lịch toàn nước Mỹ. Nếu làm mất hoặc bị trộm cắp đều có thể xin lại tiền.

CỬA HIỆU BÁN BUÔN ĐỒ CỔ NHẬP KHẨU MAIN STREET

Bất luận bạn phát minh loại thẻ quà tặng nào, nếu người tiêu dùng chẳng hiểu được cái thứ đó thì cũng đừng nói tới việc tiêu thụ. Main Street ở Bisbee bang AliSanna tuyệt đối không để cho các vấn đề loại này phát sinh. Trên bàn ông chủ cửa hiệu này có bày ra một tờ bản mẫu thẻ quà tặng của cửa hiệu rất là bắt mắt, khiến người ta không thể không chú ý đến. Nó cũng là đề tài trao đổi hấp dẫn. Vì vậy ban đầu ở đây chỉ là bức tường mờ khoáng vật. Người ta còn nói rằng ở cửa hàng này thường có ma quỷ ẩn hiện, cho nên cái món thẻ quà tặng này chính là đặt tên theo tên của ma quỷ đó.

Y VIỆN MVH

Người tiêu dùng hy vọng một công ty nào đó có hệ thống ngữ âm tự động. Có thể hiện nay nó đã xuất hiện ở một số nơi mà bạn không nghĩ tới. Y viện Miami Valley (MVH) ở Daton bang OhiO đã

trang bị hệ thống dịch vụ ngữ âm bằng máy tính điện tử, cung cấp dịch vụ điều tra truy tìm các vấn đề có liên quan đến chứng từ thu chi. Sau khi khách hàng gọi điện thoại đến hệ thống này, chỉ cần nạp vào mã số chứng từ, thì sẽ tự động nhận được số dư hiện tại và các tư liệu có liên quan. Ví như họ muốn nói chuyện với nhân viên phục vụ thì hệ thống này ngoài việc giúp chuyển tiếp, nó còn cộng thêm những tin tức có liên quan vừa mới đọc được rồi cùng chuyển đi.

CỬA HÀNG LIÊN DOANH PIZA KHÁCH HÀNG TẮT THẮNG

Cửa hàng liên doanh Piza khách hàng tắt thắng lớn nhất toàn cầu. Nó triệt để hiểu biết về khách mua hàng qua điện thoại, thậm chí không cần khách hàng phải mở miệng! Dưới nó hệ thống nối mạng máy tính điện tử đã vượt qua con số 1000 hộ buôn bán. Chỉ cần mã số điện thoại của khách hàng sẽ lập tức lấy ra được tư liệu về khách hàng. Vì vậy nhân viên cửa hàng nhận điện thoại chỉ cần nhỏ nhẹ hỏi một câu “Quý ông yêu cầu như thường lệ chứ ạ!” Mà đại thể đó cũng là toàn bộ nội dung trao đổi rồi. Vì là địa chỉ khách hàng cũng đã được lưu trữ trong máy tính điện tử. Thật là không thể đơn giản hơn được nữa.

Có thật không thể không? Nếu trên mạng Topeka

thủ phủ bang Kansasi, vừa khéo nghĩ đến piza, thế thì cho chạy đi! Khách hàng tất thắng trước mắt đang là trạm mạng WWW.PiZZahut. Com của nó làm thử ở khu vực này. Bạn chỉ cần ấn phím đặt mua hàng, đưa vào một vài tư liệu, được rồi! Thế là Piza đã hăng hái lên đường!

CỬA HÀNG LIÊN DOANH ĐỒ ĂN CHÍN HAMBURGER

Dịch vụ bữa ăn nhanh của drive thra vẫn chưa là hoàn hảo. Cho đến khi thịt băm chiên của Wendy's đưa lên màn hình cải tiến bữa ăn sáng.

Hiện tại, nếu bạn nghe nói mà chưa hiểu rõ chữ nghĩa của câu nói lạ về dịch vụ này thì bạn có thể nhìn xem. Cái hạng mục khoa học kỹ thuật này đã giảm nhiều sai sót, nó cho Wendy's tăng thêm sức hấp dẫn trong cạnh tranh với các đối thủ.

CỬA HÀNG LIÊN DOANH BỮA ĂN NHANH VUA HAMBURGER

Có thể duy trì được bao lâu? Vua Hamburger là một nhà ăn mới khai trương tại thành phố Reno bang Nevada, lúc này đang còn thử nghiệm cải tiến một loạt các vấn đề bao gồm lắp cánh cửa tự động để tăng nhanh vị trí đưa chuyển thức ăn; Chuẩn bị túi đựng trong suốt để giảm bớt sai sót của bữa điểm tâm; trang bị bếp lò điều khiển tự

động bằng máy tính điện tử, phải chuẩn bị thực phẩm từ lúc nào để tiếp nhận bữa điểm tâm. Còn một việc vui nhưng đáng sợ nữa là sắp xếp màn hình nhanh, có thể để bạn xác nhận những thức ăn mà bạn vừa ăn.

Chỉ số hài lòng của khách hàng nước Mỹ chủ yếu là trắc nghiệm khách hàng đối với thương phẩm mua bán và mức độ hài lòng với các dịch vụ. Thông thường 1 năm 1 lần điều tra. Kết quả điều tra 3 năm liên trước đây cho thấy độ hài lòng của khách hàng liên tục trượt xuống dốc. Hãy đảo ngược xu thế này nhé!

CÔNG TY MUA HÀNG QUA BƯU ĐIỆN HARRY & DAVID

Ngày nghỉ đến Harry & David đồng thời ghi chép quà tặng thực phẩm gửi đi giống như các công ty mua hàng qua bưu điện vậy. Điểm khác với những công ty khác là họ còn đặt kèm thêm một số đơn đặt hàng năm trước của bạn và liệt kê chi tiết quà tặng, địa chỉ, tên họ của đối tượng mà bấy giờ bạn đưa quà tặng. Cho nên bạn chỉ cần điều chỉnh một chút thì quà tặng sẽ hoàn thành.

SỞ CÔNG TRÁI

Sở công trái đưa ra phương án để thu hút trực tiếp khách hàng, mức độ thuận tiện giản đơn. Nếu như bạn thường xuyên mua phiếu kho bạc Nhà

nước Mỹ từ ngắn hạn đến dài hạn không cần phải vì vậy mà chạy đến ngân hàng hoặc một công ty chứng khoán nào đó để lập sổ, trực tiếp ngay tại sở này, mở sổ, ghi vào tờ đơn lập sẵn, bạn muốn mua công trái chính phủ loại nào, thế là xong. Ngoài ra, bạn chẳng phải trả một đồng lệ phí nào, cho đến khi phiếu đã đến kỳ hạn thì mới do chủ sổ làm và bạn chỉ định trực tiếp khấu trừ tài khoản bằng điện hối.

1.800 LIMO - CENTER

Bạn cần gọi xe phải không? Nếu như bạn đang ở một thành phố nào đó của Bắc Mỹ hay Châu Âu, dễ thôi! Cầm lấy máy điện thoại gọi 1.800 - Limo-Center thế là được rồi! Nếu bạn sử dụng thẻ toàn nước Mỹ trả tiền, thì cứ đủ 50 đôla là được! Điểm số tiền lãi, vượt quá 20 điểm bạn có thể được ngồi kiểu hào hoa một lần miễn phí!

CÔNG TY CHO THUÊ XE HECI

Heci cũng là chuyên gia trong lĩnh vực này. Nếu bạn ở quầy thuê xe Heci tại 16 gian trong các sân bay chủ yếu ở nước Mỹ (tổng số gần 50 gian) bạn sẽ phát hiện thấy trong xe có hệ thống định vị lái được nâng cấp vi tính hoá thiết bị phụ miễn phí.

Ngôn ngữ thao tác của hệ thống này ngoài tiếng Anh còn có tiếng Pháp, tiếng Đức, Ýtalia, Nhật Bản,

Tây Ban Nha, nội dung tường tận. Cách thuê xe ở mỗi bến xe trong thành phố đều có hết trong đó.

CỬA HÀNG DƯỢC WALGREENS

Ba hệ thống của cửa hàng dược Walgreens đã làm cho quá trình lấy thuốc liên tục của khách hàng được nhanh chóng và thuận tiện. Một là ấn phím hệ thống điện thoại, hệ thống ngữ âm tự động 24 giờ của hệ thống này cho phép khách hàng lấy đơn bất kỳ lúc nào. Đồng thời trước đó ấn định thời gian nhận lại trong vòng 6 ngày tới. Loại thứ hai là hệ thống mạng On-Line trực tuyến. Việc “trông mặt mà bắt hình dong” có thể hoàn thành trên mạng. Loại thứ ba là tự động tiếp thuốc. Vì khi thời gian đã tới, công ty chủ động bào chế thuốc, rồi điện thoại cho khách hàng, đơn thuốc đã được chuẩn bị thoả đáng.

CÔNG TY MUA HÀNG QUA BƯU ĐIỆN ASWE CHANGE

Aswe Change đã đáp ứng đúng nhu cầu cá biệt của giới nữ, cửa hàng mua qua bưu điện các loại Vitamin và thức ăn bổ sung dinh dưỡng. Họ đề ra phương án “Nhanh chóng cho bà” với khách hàng. Thông qua dịch vụ chuyển giao tự động đảm bảo chắc chắn thức ăn dinh dưỡng của khách hàng không thể thiếu. Công ty đảm bảo giá cả và phí vận chuyển sản phẩm duy trì không thay đổi. Cho

nên khách hàng không cần phải lo lắng là sau đó sẽ nhận được một tờ hoá đơn khiến người ta phải nổi giận, một cách tương đối, bà hãy hưởng thụ một dịch vụ chuyển giao tự động rất thuận tiện, thật là tri kỷ!

CỬA HÀNG CHUYÊN BÁN NƯỚC HOA, MỸ PHẨM SEPHORA

Cửa hàng chuyên bán nước hoa và mỹ phẩm cao cấp Sephora này có tới 176 hộ bán buôn, lấy mình làm mẫu hành động cho sách lược dùng thử, đã làm đảo lộn tình hình tiêu thụ truyền thống. Trước khi người tiêu dùng quyết định mua, có thể dùng thử mỗi loại hàng hoá một cách thực tình. Đồng thời nó cũng áp dụng sách lược phóng tay, bởi vì cái mà nhân viên tiêu thụ có được tiền lương cố định cho nên sẽ không xuất hiện hình thức bề ngoài của việc mở rộng tiêu thụ một cách cứng nhắc, thắt chặt khách hàng. Ngoài ra thương phẩm trong cửa hàng được sắp xếp trưng bày theo loại hình sản phẩm, mà không theo cửa hàng nhà máy làm ra để phân rõ tiêu chuẩn.

CÔNG TY CHEMSTATION

Công nghiệp bảo vệ nhà ở của Chem Station ở Dayton bang OliO là dùng chất làm sạch. Cũng là để cho khách hàng giảm bớt sự phiền phức. Khi

phải chọn mua lại. Họ đã theo dõi ghi chép chính xác tình hình sử dụng của mỗi khách hàng, dự tính thời gian mua hàng lần sau, đến kỳ chủ động bổ sung hàng cho khách. Ngoài ra công ty còn căn cứ vào yêu cầu cá biệt mà điều chế riêng cho từng khách hàng. Cho nên mỗi khách hàng nhận được một chất làm sạch theo phương thức pha chế không giống nhau.

CÔNG TY XỬ LÝ TÀI NGUYÊN NƯỚC NALCO CHEMICAL

Công ty Nalco Chemical ở Napierrille bang Illinois đưa khái niệm tự động hoá giống như vậy. Cửa hàng nhà máy này sản xuất và xử lý nước tài nguyên bằng dược phẩm hoá học, sáng lập “chem - call” đó là một hạng mục bổ sung kế hoạch kịp thời, trong đó chứa của khách có lắp bộ cảm ứng. Khi nào đến vị trí yêu cầu bổ sung nó sẽ tự động phát tín hiệu truyền về công ty. Việc khách cần làm duy nhất là ký tên trên những chứng từ giao hàng.

VIỆN CA KỊCH ĐẠI ĐÔ HỘI

Nếu bạn có một thương phẩm mà tính phức tạp của nó đang làm cho khách hàng có chút ngần ngại thì hãy nhanh chóng tìm biện pháp đơn giản hoá nó đi. Viện ca kịch đại đô hội thành phố Neioyorlc. Mỗi năm có hơn 200 lượt diễn xuất, đương nhiên là nó hy vọng ngồi đủ 4000 ghế ngồi. Vấn đề là ca

kịch không được hoan nghênh nhiều như thế kỷ trước, lại thêm có rất nhiều tiết mục ca khúc không diễn xướng bằng tiếng Anh, tình trạng nghe rất khó nghĩ ra một điều tuyệt diệu để vượt qua chương ngại này.

Viện đã thông qua một hệ thống phiên dịch rất giỏi, đem lời thoại dịch ra tiếng Anh ở ngay sau ghế trước mặt bạn, chỉ nhìn qua cũng thấy rất rõ.

HÀNH LANG NGHỆ THUẬT CỦA POLLER

Mua tác phẩm nghệ thuật nguyên bản, có khả năng giống như nghe ca kịch, để cho khách hàng mới “nhượng bộ lui binh” (mã giá càng đắt thì càng không thiếu). Một ông chủ hành lang nghệ thuật Soho tại New York là Leath Poller hiểu rất rõ điều này. Vì vậy đã đưa ra biện pháp “dán lên khung, nó sẽ là bạn”. Poller chí tình mời khách từ hiện trường xem tác phẩm đi ra, rất đáng yêu! Chỉ cần trả giá của khung tranh là sẽ có một tác phẩm hoàn chỉnh mang về. Sau mấy tháng nếu quả thực khách hàng yêu thích tác phẩm này, có thể mua được với giá ưu tiên “chiết 7” giá bán lẻ, không may họ phát hiện ra ngay từ đầu do nhìn nhầm thì phải đem ngay tác phẩm này trả lại hành lang nghệ thuật.

CÔNG TY KHOA HỌC KỸ THUẬT EMC

Trừ khi ở gần bạn có một đài trung ương cỡ lớn xử lý máy tính điện tử, nếu không thì đại khái bạn

chưa hề nghe qua cái công ty sau đây: Công ty EMC ở HopKinton bang Mashachusep. Họ chế tạo ra chiếc ghế gấp đầu tiên. Ký ức về đĩa từ cứng phần mềm máy tính điện tử. Sản phẩm của EMC rất quan trọng nhưng nó cũng khá phức tạp. Khi nó đề ra hệ thống sửa chữa khổng lồ chế từ xa bên trong thì đã tiến bộ hơn nhiều, tăng thêm lòng tin của khách hàng với họ. Một khi xuất hiện vấn đề, thiết bị này sẽ tự động thông báo tới trung tâm phục vụ khách hàng của EMC. Thường thường khách hàng còn chưa phát hiện ra có cái gì đó không ăn ý nhau thì vấn đề đã được giải quyết hoàn tất. Hiện nay chúng tôi hy vọng cửa sổ phần mềm khi cho ra đời cũng kèm theo dịch vụ này.

CÔNG TY CHẾ TẠO XE TẢI FREIGLITLINE

Hiện trong các hạng mục trang bị của Freigliline bao gồm bảng đồng hồ bằng máy tính điện tử theo dõi tình trạng xe vận tải. Không may bất trắc cần sửa chữa, nhà máy chế tạo bán hàng biết ngay và lập tức báo cho chủ xe.

VIRGINIA LOHERY

Trong một số thủ pháp xúc tiến tiêu thụ của “giản đơn có thưởng” Virginia LoHery đã đưa ra cho các khách hàng quen mua hàng của LoHery thử vận may một loại phương án không cần xếp

hàng: Mua hàng LoHery qua bưu điện. Điền vào tờ giấy xin mua hàng, kèm theo 1 tờ phiếu chi bạn có thể được tham gia 26 đến 104 lần rút thăm có thưởng. Cứ tính mỗi tuần rút thăm 2 lần thì tương đương với miễn xếp hàng 1 năm; Ngoài ra nó cũng được coi như một món quà tặng.

NGÂN HÀNG MỸ QUỐC + NGÂN HÀNG QUỐC GIA

Mấy năm nay việc sát nhập các xí nghiệp đã trở thành phong trào. Việc đó có khi làm cho khách hàng thêm rầy rà khó khăn. Cho nên cũng phải có một số nỗ lực nhất định để cho tất cả được đơn giản rõ ràng. Khi ngân hàng Mỹ quốc và ngân hàng quốc gia sát nhập lại, tất cả những người có thể tín dụng đều nhận được thư, một “công hàm” gửi khách hàng nói rõ sự phát triển mới nhất của sự kiện này. Kể cả tên gọi của công ty và tác nghiệp thẻ tín dụng đều có khả năng sinh ra một số thay đổi. Để tạ ơn chiếu cố của khách hàng và cổ vũ họ tiếp tục quan hệ, trong thư có kèm theo một biện pháp ưu tiên đặc biệt.

SIÊU THỊ MẠNG TRỰC TUYẾN SUPER MARLEETS ONLINE

Địa chỉ mạng Valupage Web của Siêu thị mạng Super Marlets online vinh dự được trực tiếp hoà mạng. Chỉ cần đưa vào số liệu khu vực gài qua bưu điện trả lời một số câu hỏi ngắn gọn là có thể

lấy ra những hạng mục ưu đãi của siêu thị nơi đang cư trú, đem trang in này đến siêu thị chọn mua những thương phẩm ấn định đặc biệt, khi làm hóa đơn, nhân viên quầy hàng sẽ trực tiếp quét in ký hiệu thương phẩm trên hoá đơn. Máy thu tiền kết toán cộng thêm chiết khấu sẽ in ra 1 trang hạn mức “tiền mặt của mạng” tương đương giao cho khách hàng. Mời khách hàng lần sau lại đến siêu thị này mua hàng, có thể mang theo hoá đơn này để được khuyến mại.

CỬA HÀNG GIẤY CHẠY ĐƯỜNG DÀI ROAD RUNNER SPORT

Sandarg đơn giản hoá biện pháp hoà mạng của khách hàng là “chó tìm giấy”. Sau khi khách hàng trả lời 1 số câu hỏi, đem “chó tìm giấy” bỏ đi, nó sẽ theo ý muốn của bạn đem đôi giấy thích hợp đến cho bạn. Ngoài ra còn có bảo hành vô điều kiện và miễn phí vận chuyển 2 ngày. Đối với khách hàng mà nói thì thật là có sức hấp dẫn.

CÔNG TY DẦU MỎ MỸ PHÙ

Phương án “Thông, qua nhanh” của công ty dầu mỏ Mỹ phù, để cho hiệu suất của trạm bơm dầu được tăng thu phí sử dụng hạng mục khoa học kỹ thuật này.

Phương án này cho phép khách hàng chỉ cần lấy ra một tờ phiếu ký tên vào là có thể được bơm

dầu, không cần bạn phải trả tiền mặt hay thẻ tín dụng, trạm bơm dầu sẽ tự động nhận thực. Mỹ phù gọi đó là “Bơm dầu đường tắt nhanh nhất”.

TĂNG CƯỜNG THUẬN TIỆN

SIÊU THỊ LIÊN DOANH TIÊU THỤ HY - VEE

“Thời gian là hạt nhân cơ bản”. Câu nói này không biết là ai đã nói ra trước, nhưng nếu muốn dẫn được khách hàng liên tục vào cửa, tầm quan trọng của sự thuận tiện tuyệt nhiên không kém sự đơn giản. Cái lý lẽ đó ai ai cũng đều hiểu rõ. Dưới ngọn cờ của siêu thị liên doanh tiêu thụ có đến hơn 200 cửa hàng. Ở phần trung tâm nước Mỹ, thế lực ngày càng lớn. Một thủ pháp nắm được khách hàng của nó là đề ra thể chế cho 1 lần mua hàng đủ mất ít thời gian nhất, đem kết hợp cửa hàng thực phẩm, các loại hàng tạp và thực phẩm chế biến tươi sống làm một. Trong siêu thị Hy-Vee còn có cả nhà ăn, cho nên khách mua hàng có thể chọn mua những thứ cần dùng đem về nhà tự mình xào nấu, hoặc ngay tại nhà ăn này ngồi lại ăn một bữa, cũng có thể mua mang theo để ăn. Nhằm đúng vào những khách hàng quá bận đến nỗi thời gian xuống xe cũng không có, họ cũng đặc biệt chuẩn bị mở ra cánh cửa phục vụ người lái xe. Ngoài ra

trong siêu thị còn có chi nhánh ngân hàng, cửa hàng hoa, hiệu ảnh, cho thuê cả Camera, phục vụ giặt khô, v. v... để cho khách hàng thông dong mà ứng phó với bao thứ công việc đang chờ và chiếu cố đến việc ăn uống.

CÂU LẠC BỘ HỘI VIÊN SƠN MẪU

Điểm tốt của câu lạc bộ hội viên Sơn mẫu đích thực là mua hàng giá rẻ. Nhưng thẻ hội viên của họ không được phép cho ai mượn. Ngay cả người thân trong nhà cũng không ngoại lệ. Cho nên, muốn đến đây mua hàng cần phải đi cùng người có thẻ, nếu không thì phải nộp phí riêng. Vậy mà gần đây câu lạc bộ này có thay đổi: Hội viên có thể cho vợ hoặc chồng hoặc người thân nào đó xin thẻ phụ, thời hạn 1 năm. Về điều này đối với người tiêu dùng thì thật là thuận tiện. Còn đối với Câu lạc bộ hội viên Mẫu sơn thì là một thủ pháp sáng suốt. Khi nào thẻ phụ đến kỳ hạn cần phải nộp phí rồi mới được tiếp tục sử dụng. Người tiêu dùng thực sự không nỡ vứt bỏ nó đi sao?

CÔNG TY BÁN HÀNG QUA BƯU ĐIỆN, LÀM DÁNG CHO PHỤ NỮ BOSTON PROPERR

Tuy có rất nhiều công ty bán hàng qua bưu điện đưa ra chính sách miễn phí trả lại hàng. Nhưng đều không giống như Công ty Boston Proper

chuyên bán hàng làm đáng cho phụ nữ. Nội dung biện pháp “tiết kiệm sức, miễn phí đổi lại rất mới” của họ như sau: đồng thời với hàng đặt mua đưa tới nhà, trong gói hàng kèm theo tờ ký phiếu quay lại bưu điện. Nếu có thay đổi ý, không muốn loại mặt hàng này, thì đơn giản thôi, chỉ cần gói kín lại; dán tờ ký phiếu lên giao cho người đưa hàng thế là vạn sự như ý.

CÔNG TY CHO THUÊ XE TIẾT KIỆM

Công ty cho thuê xe tiết kiệm để mỗi khách hàng đều trở thành hội viên của “Chuyên án thuê xe nhanh thẻ màu lam”. Mỗi lần thuê xe đều phải ghi vào văn bản một đồng lời thôi rắc rối sao? Hãy đến đây thuê xe tiết kiệm đi! Hội viên thẻ màu lam chỉ cần ký một chữ trên tờ “đồng ý” sẽ có thể có ngay xe cho nổ máy, còn thủ tục xe thì cũng dễ dàng như vậy đấy! Thế mà còn miễn hội phí nữa!

TIỆM ĂN MALUETE

Maluete ở Bethesda bang Malilan biết rõ lũ khách cảm thấy được chỗ không thuận tiện nhất, thông thường là khi đăng ký ngủ lại và khi quyết toán ra đi. Cho nên tiệm ăn Maluete đã phát động cái gọi là “Phương án trước 10 phút”. Có ý là trước 10 phút mời được khách vào nghỉ, nó đã thành thói quen khó quên: tốt đẹp và thoải mái. Khách vừa

đặt chân vào cửa quán thì nhân viên đã ra chào mời, đưa chìa khoá phòng cho khách rồi trực tiếp dẫn khách đến tận cửa phòng, không phải xếp hàng, không phải chờ lâu, cũng không cần phải qua nhiều nhân viên tiếp sức. Ngoài ra, thủ tục quyết toán cũng đã đơn giản hoá: trong phòng có sẵn dịch vụ quyết toán bằng hình ảnh.

Maluete còn có một phương án “Phòng cô nâng cao” chuyên để phục vụ nhu cầu của lữ khách, thiết kế tinh vi. Những phòng này đều có bàn sách vở lớn, bàn viết kéo ra đẩy vào được. Đặc biệt các loại đèn chiếu sáng, ghế ngồi kiểu một công đôi việc. Chỉ cần có phòng trống, khách có thể yên tâm vào ở, không phải trả phí riêng.

CÔNG TY DỊCH VỤ Ô TÔ AIR TRAVELERS

Khi anh đáp máy bay đi công vụ ngoài lãnh địa, làm thế nào để có xe đi? Nếu anh từ sân bay Logan của PoShitun xuất phát. Có thể đưa xe đến bãi đỗ xe Air Travelers gần đó, ở đây có đủ dịch vụ rửa xe, mattit, kiểm tra an toàn, thay thế sãm xe... Kể cả các loại phục vụ xe khác nữa.

Ô TÔ SAO THỎ

Tuy nhà xe đã bước vào thời đại đưa khách về nhà hoặc cho mượn xe miễn phí, nhưng mỗi một lái xe cũng vẫn gặp phải tình trạng chờ đợi trung

tâm dịch vụ. Những người đã xem qua tờ quảng cáo gần đây nhất của Sao thổ dưới chiêu bài Ô tô thông dụng đều biết bạn có thể cứ yên tâm lựa chọn chờ đợi sửa chữa ô tô ở một đại lý nào đó. Bởi vì ở đó một số hạng mục dịch vụ có thể giúp bạn để thời gian trôi qua: đồ uống điểm tâm miễn phí tivi, thậm chí còn có cả những tạp chí mới nhất.

ĐẠI LÝ BÁN Ô TÔ JAGUAR CLEVELAUD

Phòng đợi của đại lý bán ô tô Jaguar Cleveland khá yên tĩnh, bên trong có rất nhiều đồ dùng giàu sang hoa lệ rất dễ chịu. Còn có cả một gian chuyên dùng rửa tay, ngoài việc dùng cafe, xem tivi ra còn có nhiều máy điện thoại để bạn yên tâm duy trì liên lạc với công ty, không cần phải sốt ruột xếp hàng chờ điện thoại công cộng. Nhân viên phục vụ thường xuyên qua lại thông báo tiến độ sửa chữa ô tô cho bạn biết, khi xong việc còn đến gặp bạn để báo giá và cho bạn 1 số lời khuyên.

CỬA HÀNG SÁCH MẠNG AMA ZON

Hiệu sách mạng Ama Zon. Com là vua tiện lợi của thị trường thư tịch. Đặc biệt chúng ta hoan nghênh phương án tám thẻ quà tặng của nó. Nếu bạn đến đây mua sách làm quà tặng, AmaZon không chỉ đem hàng đến tận nhà bạn mà còn phát thẻ điện tử cho người nhận quà, kèm theo những

lời bạn muốn nói kể cả tên sách. Hay hơn nữa là thông qua chức năng “thu kiện” trên mạng, yêu cầu người “thu kiện” xác nhận địa chỉ. Vì vậy mà giảm được thất lạc chuyển giao hàng. Như vậy, thực ra AmaZon cũng được thuận tiện mở rộng việc tiêu thụ của mình cho tới các khách hàng cộn tiềm ẩn.

Ô TÔ WILIAM SBURG

Khi bạn đưa xe đến đại lý tiêu thụ ô tô Fort của Wiliam Sburg Motors để sửa chữa, họ sẽ không cấp xe miễn phí cho bạn sử dụng. Chúng tôi cũng không thể oán trách họ, bởi vì đơn giá dịch vụ này khá cao. Tuy nhiên như vậy đại lý tiêu thụ ô tô Fort còn hết sức cung cấp phương án thay thế: trong thời gian xe nằm trong xưởng họ cấp cho một xe nhỏ chuyên dùng đưa đón chúng tôi về nhà và đến công ty.

CÔNG TY VẬN TẢI HÀNG HOÁ VIKING FREIGLIT.

Công ty phải đảm bảo sức cạnh tranh, cái cần thiết tối thiểu nhất là cung cấp thông tin tư liệu mới nhất đơn giản rõ ràng cho khách hàng. Viking Freiglit ở San Jose bang jia không trả lời lại với khách hàng bằng cái câu lơ mờ “đại khái mấy giờ đến mấy giờ”. Hiện nay người chuyển hàng đều có máy quét, bất luận là lấy hàng, chuyển hàng đều có thể lập tức truyền đi thời điểm chính xác, những

thông tin tư liệu này đều được báo lên mạng, để cho khách hàng bất kỳ lúc nào cũng nắm được.

CỬA HÀNG BÀY BÁN TÁC PHẨM NGHỆ THUẬT PHOEBUS.

Những người mê bày bán thường được mua một bản mục lục hoặc tự mình đến hiện trường bày bán dạo xem thì mới hiểu được tận gốc, cửa hàng bày bán tác phẩm nghệ thuật Phoebus là một ví dụ. Qui mô cửa hàng này không lớn, họ đã đưa mục lục lên mạng, khách hàng có thể đăng ký nhập hội, yêu cầu lấy bưu kiện điện tử thông báo tình hình bày bán mới nhất. Ngoài ra chỉ cần ấn 1 phím kết nối mạng trên bưu kiện thì có thể trực tiếp xem mục lục bày bán, bản mục lục không chỉ có lượng chữ miêu tả khá lớn mà còn rất nhiều ảnh chụp kèm theo.

ĐỊA CHỈ MẠNG DU LỊCH BIZTRAVEL.COM

Biztravel.Com. chuyên bố trí du lịch trên tuyến, đối tượng chủ yếu là những nhân sỹ yêu thích việc sắp xếp trước, thường xuyên đi du lịch. Khách hàng trước hết hãy mở sổ kế toán miễn phí, điền đầy đủ các tư liệu cá nhân vào, bao gồm sở thích, số liệu hội viên công ty hàng không, đơn xin gia nhập hội - giống như muốn xin danh hiệu hội viên vàng bạc hoặc muốn du lịch miễn phí. Biztravel.Com cho biết rằng

đây là những tư liệu thuộc về bối cảnh để có thể kiến nghị với khách hàng về chuyến máy bay hoặc khách sạn nào là thích hợp nhất, để còn dự định chỗ ngồi trên máy bay, đưa vé máy bay đến tận tay khách hàng.

CÔNG TY NHÀ ĐẤT CORCORAN

Đi tìm nhà đất, tình hình ở đó như thế nào? Công ty nhà đất Corcoran thành phố New York đã đưa hình ảnh và số liệu về nhà đất lên mạng và kèm theo những thông tin tư liệu tường tận có liên quan. Trước hết khách hàng phải lọc qua một số căn phòng đáng chọn, sau đó từ trong số chọn lọc đó xem cái mà mình thấy thật sự hứng thú. Cuối cùng việc mua bán cũng phải có sự giúp đỡ, Corcoran phát hiện: Khách hàng trên mạng bình quân sau khi xem thực tế 4 nhà mới quyết định mua, còn khách hàng lâu dài qua báo chí quảng cáo, thì phải đi xem đến 14 nhà rồi mới quyết định.

ĐẠI HỌC MINNE SOTA.

Nhìn lại xem việc đăng ký tuyển chọn học sinh của University of Minnesota (UMN), thì thấy khó mà đến lượt mình. Hiện nay họ có thể ngồi ở nhà hoặc chỗ trọ thông qua mạng trực tiếp đăng ký tuyển chọn, dịch vụ trên tuyến còn bao gồm, đơn xin vào học, nội dung khai khoá, chi tiết về các khoản học phí v.v...

CỬA HÀNG CHẾ TẠO MÁY BƯU PHÍ PITNEY BOWES

Quầy hàng máy bưu phí Pitney Bowes đang cố gắng làm cho các bưu cục ở các nơi khác trở thành quá khứ. Qua Personal Post của công ty này, máy bưu phí của anh có thể thông qua điện thoại trực tiếp xử dụng tiếp, chỉ cần dựa vào những chỉ tiêu điện thoại phát thông ghi rõ kim ngạch bưu phí.

Bạn yêu cầu trong 1- 2 phút máy bưu phí đã được bổ sung lại đủ kim ngạch.

1800 USA HOTEL

Khi hệ thống máy tính điện tử có chuyện thì việc mua hàng trên mạng trở thành phiền phức. Nhưng nếu là trang Web của 1800 USA Hotel thì sẽ không xảy ra chuyện rầy rà khó khăn như vậy. Nếu khách hàng đặt chỗ trên mạng gặp chuyện thì chỉ cần ấn phím xin trả lời lại, để lại số điện thoại và lời nhắn, chuyên viên phục vụ khách hàng của công ty này sẽ trả lời điện thoại rất nhanh.

CÔNG TY BÁCH HOÁ BLAOMINGDAR'S

Có phải là bạn đã từng hỏi nhân viên cửa hàng xem có bộ quần áo kích cỡ màu sắc phù hợp với bạn? Kết quả là đối phương chỉ nhún nhún vai? Bộ phận áo da của bách hoá Blaomingdar's tuyệt đối không để cho sự kiện này xảy ra. Nếu họ không

có kích cỡ bạn cần thì họ sẽ chủ động điều hàng ở các nơi về, sau đó điện thoại mời bạn đến lấy. Một khách hàng đã có nhiều kinh nghiệm mách bảo chúng tôi, nhân viên cửa hàng đó thậm chí còn tỏ ra muốn tự nguyện đem tất cả những bộ áo da hợp với thân hình người khách ở các cửa hàng khác về đây cho người ấy được chọn thoải mái.

CÔNG TY ÁO DA SILVERMAN

Nói tới áo da, vấn đề cất giữ nó trong mùa hè khiến người ta phải đau đầu.

Nhưng Công ty Silverman ở bang Virginia thì đã giải quyết được sự phiền phức của khách hàng. Không những thế còn làm cho khách hàng vì chiếc áo da mà không ngừng đến cửa hàng. Cửa hàng này đã sử dụng những buồng lạnh ở ngoại ô làm kho chứa, họ chân thành mời khách đem áo da đến cửa hàng để bảo quản qua mùa hè. Vì vậy, khách hàng cũng sẽ không cần phải như trước đây đem áo da đến cửa hàng giặt khô hoặc công ty bách hoá, rồi lại đưa đến một thiết bị kho chứa khu vực cỡ lớn để bảo quản.

HIỆU SÁCH DU HON'S BRENTWOOD

Không biết lần có này nên đến nghe buổi ngâm thơ của một nhà thơ tổ chức ngâm thơ tại hiệu sách Du Hon's Brentwood ở Luoshanji không?

Bạn có thể nghe xem! Du Hon's và Book Talk của thông tấn hữu thanh hợp tác, khách hàng có thể qua điện thoại nghe được đến 15 tác giả thuộc các lĩnh vực khác nhau, đọc diễn cảm tác phẩm của chính mình, mỗi bài dài nhất chỉ 5 phút.

CỬA HÀNG NHÀ CHẾ TẠO MÁY CẦM TAY UNIDEN

Uniden là cửa hàng chế tạo máy cầm tay gần đây đưa ra 2 loại máy điện thoại vô tuyến, loại máy mới: điện thoại ngoài việc liên lạc ra nó còn nhiều công dụng khác. Những máy điện thoại này trong một giây có thể tìm trong kho tư liệu của công ty tất cả các dịch vụ điện thoại đường dài, sau đó tự động giúp bạn nối với một nơi rẻ tiền nhất. Chương trình này được gọi là “phục vụ không yêu cầu trả thêm phí, hoặc giúp bạn điền vào văn bản bất kỳ, hoá đơn thanh toán mỗi tháng vẫn thế, chỉ có 1 tờ.

TRUNG TÂM IN CHỤP ẢNH LIÊN DOANH KINKO'S

Kinko's hoàn toàn hiểu biết khách hàng cung cấp cho họ sự chân thực mang tính thuận tiện. Trung tâm này nằm ở thành phố Ventuna bang jia. Mỗi ngày làm việc 24 giờ, cả năm không nghỉ, bên trong có đủ các loại dụng cụ văn phòng bao gồm dao kéo, nhựa dán, kể cả chiếc ghế ngồi theo các tiêu chuẩn, thậm chí còn có cả điện thoại công cộng khu vực thành phố miễn phí cho khách hàng

sử dụng. Gặp phải vấn đề tương đối phức tạp, bất kỳ lúc nào cũng có thể tìm được nhân viên cửa hàng đến giúp đỡ. Ví dụ như cần cách thức viết một bản lý lịch lý tưởng hoặc thiết kế giấy viết thư và phong bì thư...

CÔNG TY BẢO HIỂM FLAGLER TITLE

Công ty bảo hiểm Flagler Title ở West Palm Beach bang Polorida, bằng một đĩa quang học đã giải thoát cho khách hàng cả một đống văn bản ngôn ngôn trước mặt, đồng thời lại giảm được không ít giá thành. Căn cứ vào báo, tạp chí thì không chỉ bỏ được khoản tiền mua dụng cụ văn phòng mà còn giảm chi ra 500 đôla. Một khoản giá thành khả quan biết bao!

CÔNG TY TIÊU THỤ TRỰC TIẾP LAND'S END

Khách hàng mua quần áo qua bưu điện, mỗi lần đều phải đợi, sau khi nhận bao gói, mới có thể biết được quần áo đã mua mặc trên thân mình cuối cùng nó sẽ như thế nào... Land's End ở Dodgeville bang Weisikangxin, địa chỉ mạng là W.W.W. LandSend.Com cung cấp cho khách hàng nữ giới "Mode dành riêng của quý bà". Chỉ cần nhập vào các tư liệu cá nhân như màu tóc, dáng cao thấp, cân nặng, chiều rộng vai, hông, vòng bụng, ngay lập tức màn hình xuất

hiện một mẫu thân hình hoàn toàn giống như người đã đưa số liệu. Chỉ cần ấn một phím, trang điểm thêm một chút, là có thể ngắm nghía mình có hay không với bộ trang phục theo mode đó.

CÔNG TY THỜI THƯỢNG NEIMAN MARCUS

Còn phải đợi bao lâu? Công ty thời thượng Neiman Marcus đã tăng nhanh tốc độ làm việc trong thời gian nghỉ, cho nên đơn đặt mua hàng qua bưu điện chỉ cách một ngày là chuyển nhanh đến mà không thu thêm phí gì khác. Còn tỷ lệ tổn thất hư hỏng hàng hoá giảm xuống còn rất thấp. Cho nên, độ hài lòng của khách hàng tăng cao, ngoài ra còn thiết lập một kế hoạch kéo dài việc mua bán trong thời gian nghỉ.

TRUNG TÂM MUA HÀNG CHESTERJIELD

Trung tâm mua hàng Chesterjield ở Chesterjiels bang Virginia có thể theo sát các hành vi của trẻ nhỏ để lôi kéo khách hàng. Trung tâm mua hàng này đã tiến hành hợp tác với vật liệu máy thông tấn 2AP cung cấp dịch vụ truyền gọi miễn phí. Khi người lớn cùng với trẻ đi dạo trên đường phố quyết định chia tay mỗi người đi một nẻo, có thể trước đó đã đến quầy phục vụ trên phố ăn qua loa cho trẻ lấp xong máy truyền gọi. Khi chuẩn bị về nhà, người lớn chỉ cần quay trở lại quầy nhờ nhân viên

phục vụ gọi trẻ quay lại.

CÔNG TY ĐỒ GIA DỤNG IKEA

Kỳ nghỉ 1998, IKEA đưa ra “Thời gian kể chuyện tuần 6 ngày”. Từ đó người lớn đi dạo trên đường phố cảm thấy rất thuận lợi. Từ 10 giờ sáng đến 3 giờ chiều công ty liên tục cho phát chương trình kể chuyện miễn phí, hoan nghênh tất cả các trẻ em từ 3 đến 8 tuổi tham gia. Tại cửa hàng bán đồ ăn điểm tâm, đồ uống, những trẻ em ngồi nghe đều nhận được quà tặng phim truyện Astrid Lindgren, tác giả là một nhi đồng trong thời gian này, người lớn cứ yên tâm thoải mái mua bán trong cửa hàng.

TRUNG TÂM BẢO TOÀN TÍNH MẠNG KINDERCARE

Trung tâm bảo toàn tính mạng Kindercare ở Potelan, vì nhu cầu của các bậc cha mẹ phải làm thêm giờ thêm ca để giải quyết các vấn đề khó khăn gia đình. Klubmates ghi tên tham gia, nếu có con nhỏ thì ngoài thời gian đến lớp và về nhà bình thường có thể gửi lại đây, thậm chí kể cả ngày nghỉ cũng như khi làm việc. Thời gian đóng cửa của trung tâm rất muộn. Vì thế người lớn có thể có nhiều thời gian mua bán xử lý các việc cần thiết, rồi mới đến đón con nhỏ. Thứ 5 hàng tuần, đặc biệt kéo dài thời gian hơn để cho bố mẹ có thời gian đi ra ngoài tản bộ, thư giãn một chút.

NGÂN HÀNG ĐẠI THÔNG

Đối với chúng tôi thế hệ tiền sơ sinh có đôi chút tuổi tác, về điểm này thì thật là thuận tiện. Khách hàng của ngân hàng Đại Thông có thể xin 1 tấm thẻ kính, VISA hoặc Master Card có kính phóng đại lắp bên trong. Chỉ cần cầm 1 góc thẻ chiếu qua con số sổ nợ của nhà ăn thì sẽ nhìn thấy rất rõ ràng ngay lập tức. Coi như bạn không biết gì, có để cặp kính lão ở đâu đó thì cũng chẳng phải bôn chồn. Đương nhiên tấm thẻ tín dụng cũng phải đưa ra. Thế thì tại sao không dùng nó để xóa nợ?

CÔNG TY ĐỒ GIA DỤNG LOWE'S

Chẳng ai thích mất thời gian xếp hàng làm kết toán tại trung tâm đồ gia dụng Lowe's rất biết điều này. Cho nên, họ đưa ra cáo thị công khai rằng:

Nếu trước một máy thu tiền mà có từ 3 khách hàng chờ đợi kết toán thì ngay lập tức Luowei cho tăng thêm một máy.

SIÊU THỊ LIÊN DOANH TIÊU THỤ WINN-DIXIE.

Bạn đã bao nhiêu lần phải quay lại bàn kết toán, bạn có muốn tự nhận là mình có khả năng cải thiện tình hình kết toán chẳng? Bạn hãy chứng minh! Trước mắt Winn Dixier đang cho thử nghiệm một loại hệ thống tự động kết toán có tên là check Robot.

Ở các cửa hàng một số khu vực bao gồm Charlotte bang Bắc Korolaina, khách hàng tự quét lên thương phẩm đã mua, tự xóa thẻ. Sau đó ra cửa kí tên rồi đi về. Ngoài ra, nếu bất kỳ lúc nào bạn cần mua đồ ăn tươi sống thì Winn - Dixie mở cửa suốt ngày (24 tiếng/ ngày).

CÔNG TY XỬ LÝ THUẾ VỤ H & R BLOCK.

Công ty xử lý thuế vụ H & R Block lớn nhất toàn nước Mỹ mà vẫn không ngừng đổi mới việc thu hút khách hàng để cho họ liên tục tìm đến. Hiện họ vừa đưa ra việc hoàn thuế tiền hàng trước kỳ hạn. Như vậy, khách hàng có thể sau khi báo thuế 48 giờ sẽ nhận được khoản mục hoàn thuế, mà không phải khổ sở chờ đợi thời gian xử lý chậm chạp của cục thuế nhà nước. Tuy nhiên, khâu dịch vụ thuận tiện này phải thu phí, nhưng để chiêu được khách đến thì cách này thật sự rất hiệu quả.

CÔNG TY CHỨNG KHOÁN GIA TÍN

Khi bạn đi vào công ty chứng khoán phục vụ tâm ngaych (chú ý: công ty chứng khoán nước Mỹ có 2 loại là toàn ngaych và chiết khấu, công ty chứng khoán chiết khấu cung cấp dịch vụ đơn giản mà thu phí tương đối thấp) nếu không may người bán hàng đang bận, không nên chê trách, chỉ có ngồi mà đợi! Bởi vì không có người để xử lý sổ kế toán

cho bạn. Ngược lại, ở công ty chứng khoán Gia tín thì luôn hoan nghênh bất kỳ khách hàng nào tới làm việc, viên chức ở đây ai cũng được huấn luyện qua mọi chức vụ khác nhau, họ đều có quyền xử lý bất kỳ tình huống nào. Vì vậy viên chức nào cũng đều có biện pháp xử lý vấn đề của bạn.

LIÊN THÔNG NƯỚC MỸ

Có một số nhà hàng tính toán tương đối chi li không muốn tiếp nhận liên thông Mỹ quốc, bởi vì giá thành tương đối cao. Nguyên nhân dẫn đến tình trạng này là liên thông Mỹ đã chuẩn bị riêng phiếu chi cho người cầm thẻ. Loại phiếu chi này có điểm không giống với phiếu chi của thẻ tín dụng thông thường ở chỗ không có phí giao dịch có thể chi trả bất kỳ khoản nợ nào trong danh mục, bao gồm số dư chuyển sổ, nộp thuế khoản mua lớn, kỳ nghỉ v.v... Nhưng có một điều kiện tiên quyết là kim ngạch tiêu dùng phải trên 100 đôla. Ngoài ra, phiếu chi này vẫn là từ sổ kế toán Optima của người cầm thẻ đã trích ra. Vì vậy tổng ngạch tiêu dùng của khách có thể phân kỳ nộp giải ra, không nhất thiết phải trả một lần trong tháng.

CỬA HÀNG LIÊN DOANH TIÊU DÙNG BĂNG HÌNH HOLLYWOOD

Cửa hàng băng hình Hollywood của công ty liên

doanh tiêu thụ băng hình lớn thứ 2 toàn nước Mỹ, để giải quyết vấn đề vẫn không thuê được băng mới, lại không đến công ty điện ảnh để mua mà cải tiến thành kiểu cho thuê nóng.

Về cơ bản giá thuê một bộ phim khoảng 8 - 12 đôla, nhưng còn phải trả thêm công xuất thuê của bộ phim này. Như vậy, cửa hàng băng hình Hollywood giảm được giá thành bình quân 70 đôla một phim mới, nhờ đó mà được mấy bộ phim, nhiều người thuê đáp ứng nhu cầu thị trường bởi vì số tiền giảm xuống tương đối khá quan, trước mắt đến cửa hàng này thuê một bộ phim bất kỳ xem 5 ngày, giá cả chỉ cao hơn so với bình thường 25 cen.

CÔNG TY THỜI TRANG CAHAILS

Công ty thời trang CaHails ở WilliamSbuc'g bao chuyên về trang phục nữ trang và đồ trang sức. Sản phẩm công ty may đưa đến chỉ là bán thành phẩm quần áo còn chưa may mép, để tiện điều chỉnh theo chiều cao của khách hàng.

Nhưng bạn phải đợi bao lâu thì mới nhận được hàng của mình - 30 phút! CaHails đã hợp tác với một cửa hiệu may gần đó, hoàn thành nhanh chóng công việc đơn giản này và không tính thêm tiền.

CÔNG TY CHẾ TÁC BĂNG HÌNH GIA ĐÌNH GLOBALSTAGE

Chẳng có biện pháp gì để đến một nơi xa xôi nào

đó xem cái sàn nhảy mà bạn ngưỡng mộ phải không?

Golobalstage sẽ đem các sàn nhảy đó đến trước mặt bạn. Bằng phương thức đặt mua băng hình có chiếu các buổi diễn tại sân diễn, bao gồm các tiết mục kịch cổ điển, ca kịch hiện đại toàn cầu, giống như Cyrano. Các chế tác đều do tiêu thụ băng hình lớn thứ 2 toàn nước Mỹ, để giải quyết vấn đề không thuê được băng mới lại không đến công ty điện ảnh để mua mà cải tiến thành kiểu cho thuê máy. Về cơ bản, giá thuê một phim khoảng 3 - 12 đôla, nhưng còn phải trả thêm công xuất bản của bộ phim này. Như vậy, cửa hàng băng hình Hollywood giảm được giá thành bình quân 70 đôla một bộ phim mới, nhờ đó mà được mấy bộ phim nhiều người thuê, đáp ứng nhu cầu thị trường, bởi vì số tiền giảm xuống tương đối khả quan. Trước mắt đến thuê một bộ phim bất kỳ, xem 5 ngày giá cả chỉ cao hơn so với bình thường 25 cen.

CÔNG TY PHỤC VỤ GIA ĐÌNH "THUÊ MẸ"

Nhu cầu thoả mãn cuộc sống của con người hiện đại ngày càng lớn, ở đó thường là một thị trường đang phát triển của các doanh nghiệp ngành nghề mới. Dịch vụ "Thuê mẹ" (CRENT AMOM) ở thành phố Ligimeng bang Virginia đã nhận thấy rõ điều này. Khách hàng có thể nhờ đó mà hoàn thành những việc lặt vặt bất kỳ trong gia đình như nấu

nướng, quét dọn, mua đồ, trông trẻ nhỏ, trông coi vật đáng yêu, hoặc các việc vặt khác mà có thể chiếm hết cả buổi tối và thời gian cuối tuần ít ỏi của bạn. Loại dịch vụ này không hạn chế số lần, cho dù bạn chỉ cần một lần cũng không ngại gì.

“Thuê mẹ” là vì khách hàng họ có nhu cầu thực sự và để cho khách hàng có thể thở phào nhẹ nhõm.

ĐỊA CHỈ MẠNG AUDIBLE WEB

Việc buôn bán của Audible Web (W.W.W. audible.com) là bắt đầu từ động cơ này, để cho một số người không có thời gian đọc “Nhật báo phố Uôn” biết được trên mặt báo có tin tức gì. Phí đặt mua báo hàng tháng là 6,95 đôla. Từ địa chỉ mạng của công ty này ghi âm được tất cả nội dung tờ “Nhật báo phố Uôn” trong vòng 30 phút bạn chỉ cần mất thêm 199 đôla để mua 1 máy ghi phát âm mang theo người. Như vậy, thì bất kỳ khi tắm rửa, lái xe, bạn cũng đều có thể nghe tờ báo này.

CÔNG TY DỊCH VỤ TIỀN TỆ BMW

Thẻ thẩm tra phê chuẩn trước thời hạn BMW của công ty dịch vụ tiền tệ BMW Canada đã làm cho thủ tục thuê xe cộ trở nên gọn nhẹ đơn giản hơn, khách hàng cảm thấy thích thú và liên tục thuê xe của họ. Hiện nay việc thuê xe đã sử dụng

trước khi đến hạn 3 tháng, căn cứ vào tình trạng thanh toán, khách hàng sẽ nhận được một phiếu chứng thực ở Canada, họ có thể đến bất kỳ 1 đại lý nào của BMW thuê một chiếc xe mới hoàn toàn, không cần phải qua thẩm tra lại tín dụng. Ngoài ra, mỗi tháng thanh toán một lần không có hạn cuối, tất cả các xe của BMW cho tùy ý chọn.

CÔNG TY Ô TÔ CAR MAX

Có khi nào bạn nghĩ rằng những chiếc xe thuê đến hạn sẽ được trả về đâu. Có thể những chiếc xe này sẽ được Car Max, cửa hàng liên doanh tiêu thụ siêu hạng dưới thương hiệu Circuit city thu dụng. Tôn chỉ kinh doanh xuyên suốt của Car Max là “giản đơn”, tất cả các xe đều ghi trên phiếu giá rất thấp, đồng thời lại có khá nhiều loại xe đưa ra để lựa chọn xe đã sử dụng, có các kiểu khác nhau, đến hơn 1400 chiếc. Ngoài ra, còn có cả xe mới, trước khi đi thuê xe bạn có thể xem qua các loại xe trên mạng. Ngoài ra xe đã sử dụng còn kèm theo “bảo hiểm hữu hạn 30 ngày, miễn lo lắng và bảo đảm trả lại tiền 5 ngày/250 dặm!

CÔNG TY ĐỒ CHƠI MAHEL

Fisher - price dưới ngọn cờ của MaHel luôn khuyến khích người tiêu dùng yêu thích đồ chơi.

Khách hàng không cần phải tự thân đến cửa hàng đồ chơi này cũng có thể chọn được thương phẩm tốt. Địa chỉ mạng của họ có hạng mục Personal Shopper. Chỉ cần nhập vào một số điều kiện ví dụ như tuổi tác, giá cả loại đồ chơi hoặc trường hợp đặc biệt thì sẽ tìm được đồ chơi ưa thích. Sau đó bạn có thể xem lại những cửa hàng nào đang có loại hàng đó.

PHẦN 9

HÃY MỞ CÁNҺ CỦA THÀNH CÔNG

Chủ động đến với khách hàng

Quyển sách này được viết ra để làm cơ sở cho mai sau, bởi vì mỗi một công ty đều hi vọng khách hàng luôn luôn tìm đến họ, nhưng thế cũng không đảm bảo rằng trên thực tế khách hàng nhất định sẽ quay trở lại. Cho nên, muốn giữ được khách hàng, biện pháp tốt nhất có thể là trực tiếp đến với họ. Tại sao phải làm như vậy? Có hai lý do chủ yếu:

Trước hết, khách hàng cần phải biết thời điểm tốt nhất để trò chuyện, trao đổi với bạn. Nói với khách hàng rằng bất cứ lúc nào cần mua hàng bạn cũng sẵn sàng phục vụ. Trên thực tế, những khách hàng luôn bận rộn ngược lại sẽ cho rằng cách phục vụ này rất đáng được lưu tâm. Bởi vì chính họ thực sự chẳng có thời gian để ý đến những tiểu tiết đó. Ví dụ như việc kiểm tra mẫu hàng nào đó, xem có cần phải thay thế hoặc phải đổi lại cái mới. “Nhắc nhở khách hàng” là thủ pháp mà giới trị liệu và

xuất bản tạp chí thường sử dụng. Kỳ thực, chỉ cần phát huy sức tưởng tượng một chút, các ngành nghề khác cũng đều có thể triển khai ý tưởng trên một cách có hiệu quả.

Thứ hai là, chỉ cần có cơ hội thì sẽ mang ngay sản phẩm đến kính thăm khách hàng. Thời nay, các bác sĩ thấy thuốc hầu như không đến thăm khám bệnh cho bệnh nhân. Nhưng xu thế chung là có thể đề phương thức này được khôi phục lại một cách tốt đẹp. Ngày càng có nhiều công ty hiểu ra rằng để phục vụ khách hàng một cách có hiệu quả nhất, tốt đẹp nhất, tức là phải đưa sản phẩm thích hợp đến tận nơi khi khách hàng yêu cầu.

“NHẮC NHỞ” KHÁCH HÀNG MỌI NƠI, MỌI LÚC

ÔTÔ FORD

Khi chủ chiếc xe Explorer mua xe được tròn một năm, hãng ô tô Ford gửi đi một phong thư có kèm theo 500 đôla tiền mặt, tiền hoa lợi, dùng để mua hoặc thuê Explorer loại mới nhất. Trong thư nhấn mạnh loại mới nhất này có một số tính năng đã được nâng cấp. Cũng hướng dẫn thêm là cửa hàng đại lý xe Ford mới nhất cách nơi ở của khách hàng một đoạn X. Cho dù ban đầu chiếc xe Explorer đó

không phải là mua ở đó cũng không sao! Cuối cùng chỉ cần khách tin dùng là tốt rồi. Còn nếu khách hàng thông qua phương án tín dụng của Ford sẽ được một khoản vay lãi suất thấp.

NÔNG TRƯỜNG COUNTRY CHRISTMAS TREE FARM

Phương pháp bày tỏ sự biết ơn đối với khách hàng của Country Christmas Tree Farm tương đối đơn giản. Họ luôn nhắc khách hàng vào thời gian này năm sau phải liên tục đến cửa hàng chọn mua cây giáng sinh. Họ gửi đi bưu thiếp “Cảm ơn ân khách”, nhưng sợ rằng khách hàng không hiểu hết ý tứ sâu xa của họ nên trên bưu thiếp còn in thêm sơ đồ đường đi đến nông trường.

CÔNG TY ĐIỆN TÍN DIME LINE

Dime Line là một công ty phục vụ điện thoại đường dài. Căn cứ vào số lần sử dụng tính phí, họ có thể trở hết tài năng để làm vừa lòng khách hàng, nhưng vẫn phải tìm thêm khách. Họ đã cải tiến cách làm bằng cách gắn thêm nam châm hút trên cánh cửa tủ lạnh của khách hàng, và đưa thêm cho khách một loạt giấy tự dán đủ loại to nhỏ. Khiến nghị khách hàng trực tiếp dán trên điện thoại, sổ danh bạ điện thoại hoặc vở ghi chép. Cho nên, khách hàng không cần phải ghi lại điện thoại phục vụ của công ty này. Nếu khi nào có nhu cầu là họ xuất hiện ngay lập tức trước mặt bạn.

TẠP CHÍ "ESQUIRE"

Mỗi khi đến kì đặt báo, tạp chí Esquire lại gửi đi một bản thuyết minh không giống với những trang báo khác. Thứ nhất, bản thuyết minh này nhằm vào cá nhân. Vì vậy, trên đó có một trang thư ghi đầy đủ tên người đặt mua tối thiểu là 8 lần. Thứ hai, họ cảm tạ lòng trung thành của độc giả. Thứ ba, không giống như các đối thủ cạnh tranh hiện nay đang dùng kiểu ưu đãi bằng chiết khấu, phong thư này đảm bảo một tặng phẩm đáng kinh ngạc, được yêu thích, và miễn phí!

NĂM VŨNG 5 NGUYÊN TẮC GIAO DỊCH VỚI KHÁCH HÀNG

1. Phải nhanh chóng: không ai có thời gian có thể bỏ phí.
2. Cá nhân hóa kênh thông tin: Bạn đã biết tên của họ, chớ nên bỏ đi, không sử dụng.
3. Trực tiếp nói rõ trọng điểm: mới bắt đầu đã phải thuyết trình thật rõ ràng: "Ở đây có vật tốt gì tôi có thể dùng được?".
4. Hiểu được việc cảm tạ: bày tỏ ý tứ cảm kích được cùng nhau giao dịch và bày tỏ sự quan tâm đối với những khách hàng đã qua.

5. Để họ phản ứng lại: khẳng định là khách hàng có thể liên lạc với bạn rất dễ dàng.

CÔNG TY OPTIVA

Bạn có bao giờ nghĩ đến việc cửa hàng nhà máy giải quyết phiếu bảo hành do người tiêu dùng gửi về như thế nào?

Công ty Optiva chuyên sản xuất bàn chải đánh răng đặc biệt Sonicare đã liên tục thay đầu bàn chải đánh răng kiểu mới để cho khách hàng liên tục quay trở lại. Sau khi họ nhận được phiếu bảo đảm của Sonicare, trong vòng 60 ngày gửi đi 1 bản chiết giá: “lần sau mua bàn chải đánh răng, bạn sẽ được chiết trừ 5 đôla” cho các khách hàng mới. Phiếu bảo đảm còn có một chức năng khác nữa là: khách hàng có thể lựa chọn bàn chải đánh răng trước khi mua, sau đó gửi phiếu bảo đảm về yêu cầu trả bằng tiền mặt; hoặc là lợi dụng miễn trả phí điện thoại đặt hàng, lập tức được hưởng chiết khấu.

ÔTÔ WILLIAMSBUR

Không kể bạn có mua xe ở đây hay không hoặc chỉ là đưa xe vào xưởng để bảo dưỡng sửa chữa. Ôtô Williamsbur, cửa hàng đại lý ô tô Ford cũng tính toán cho bạn số dặm trình xe chạy, sau đó căn cứ vào thời gian bảo dưỡng của nhà chế tạo, vào thời gian thích hợp họ gửi đi 1 phong thư nhắc nhở

tình trạng xe của khách để đưa vào sửa chữa. Thậm chí họ còn bố trí sẵn thời gian giúp bạn, bạn có thể lựa chọn hoặc là theo họ hoặc là thay đổi thời gian khác. Ngoài ra, bạn còn nhận được một số bản chiết giá có liên quan.

CÔNG TY SPEEDEE OIL CHANGE & TUNE UP

Phương pháp nhắc nhở khách hàng hợp đồng cho lần phục vụ tiếp theo của chuyên gia thay dầu ô tô tốc độ nhanh Speedee Oil Change & Tune Up là trực tiếp dán thời gian hợp đồng lên kính chắn gió của xe. Đương nhiên, có một số người lột bỏ giấy dán đó, nhưng không hề chi, Speedee còn đồng thời gửi 1 bưu thiếp nhắc nhở khách hàng, kèm theo một khoản chiết khấu ưu đãi.

CÔNG TY BẢO HIỂM BLUE CROSS & BLUE SHIEL

Công ty bảo hiểm Blue Cross & Blue Shiel bang MA sáng lập ra “Phương án nhắc nhở bằng thiếp chúc mừng” dành cho khách hàng lần đầu được làm bố mẹ. Phương án này quy định rằng trẻ mới sinh sau 30 ngày cần phải nhập tên vào bảo hiểm sức khỏe của bố mẹ thì mới hữu hiệu. Vì vậy, họ gửi đi một tấm thiếp với mục đích chính là nhắc nhở, trong đó, ngoài việc chúc mừng bố mẹ đưa trẻ mới sinh còn kèm theo một phiếu ghi chép tiêm phòng, và cũng nhắc nhở bố mẹ: nhất thiết không

được quên đưa bé yêu đến bảo hiểm. Tám thiệp thứ 2 sẽ gửi đi khi bé yêu tròn 1 tuần tuổi, chỉ để bày tỏ sự quan tâm.

PHÒNG KHÁM NHA KHOA BRUCE DE GINDER

Biện pháp nắm được khách hàng của Bruce Beginder y khoa răng của Williamsbur bang Virginia tương đối đơn giản mà thông minh. Phương án “nhắc nhở dự phòng” này là: trước khi người bệnh rời khỏi phòng khám, bác sĩ cần phải hẹn trước thời gian khám lại lần sau. Tuy nhiên, nửa năm 1 lần vệ sinh khoang miệng hầu như đã là định kỳ tiêu chuẩn hiện hành, mà khoảng cách này còn xa hơn 6 tháng nên nó đã làm xong trước thời gian hẹn, lưu trữ hồ sơ trong máy tính điện tử. Chờ đến một tuần trước ngày hẹn, phòng khám còn giữ bí mật tám bưu thiệp nhắc nhở khách hàng, trước một ngày còn điện thoại gọi khách hàng để xác nhận thêm. Cho nên, mặc dù có người trong nhà không treo lịch, biện pháp này vẫn có hiệu quả như thường.

CÔNG TY PHẦN MỀM INTUIT

Intuit công ty phần mềm quản lý tài chính cá nhân lớn nhất, trên phiếu chi, sổ sách và các tài khoản có liên quan khác của việc buôn bán, phân phối phần mềm trọn bộ của Quick Books và Quicken đều có lợi nhuận đáng kể. Họ theo sát tình

hình sử dụng của khách hàng, tính toán thời gian tương đối sát, gửi thư riêng nhắc nhở khách hàng bổ sung hàng. Ngoài ra chiết khấu ngoại ngạch 20% cũng là một nguyên nhân dẫn đến rung động lòng người.

Muốn biết đơn đặt hàng của bạn được xử lý thế nào không? Họ mới đưa ra mục phục vụ “Thông báo tình trạng đặt mua”. Chỉ cần báo cho họ biết hòm thư bưu kiện điện tử hoặc mã số fax của bạn, một khi đơn đặt hàng của bạn nhập vào hệ thống của công ty này thì lập tức bạn sẽ nhận được thông báo, còn khi hàng hóa gửi đi thì cũng vậy, đã nhập vào máy tính điện tử, thì vận chuyển hàng hóa theo đúng số liệu.

CÔNG TY PHẦN MỀM QUẢN LÝ TÀI CHÍNH BLOCK

Cuộc sống có hai điều không thể tránh: Chết và nộp thuế, hiện nay lại có thêm một kiểu nữa là: phần mềm hoàn thuế bản mới. Công ty phần mềm quản lý tài chính Block ra sức làm cho phần mềm Kiplinger Taxcut của nó nổi trội so với nhiều sản phẩm cạnh tranh khác, khách hàng phải ngạc nhiên. Còn cách một khoảng thời gian trước khi bắt đầu việc bác thuế quý sau. Các công ty con của H & R Block cá biệt gửi thư riêng cho khách hàng, trong thư kèm theo một bảng biểu đặt mua hàng và cả một đồng tặng phẩm ngoại ngạch, tặng phẩm của

năm 1998 bao gồm phần mềm đồ án trang trí mỹ thuật và trò chơi điện tử trên máy tính miễn phí.

CÔNG TY ĐỒ GIA DỤNG CLOROX

Biện pháp kích thích khách hàng quay trở lại công ty Clorox sản xuất bộ làm sạch nước là tận dụng định kỳ tất yếu thay lưới lọc mới. Những lưới lọc này căn cứ vào tình trạng sử dụng cứ 14 đến 60 ngày không kể cấp hạng đều phải thay mới. Brita lợi dụng “lịch thay mới lưới lọc Brita hàng năm” nhắc nhở khách hàng thời hạn đã đến. Tờ lịch nhỏ này dán trên bộ lọc nước hoặc trên tủ lạnh, ngoài ra công ty còn lấy 2 đôla tiền mặt biểu lại, để lôi cuốn được người tiêu dùng lần đầu thay thế lưới lọc mới.

SIÊU THỊ WUKELA

Bất kể khách hàng nào đăng ký danh sách tại siêu thị Wukela mỗi tuần đều nhận được một bưu kiện điện tử ngắn khoảng 1 trang, giới thiệu những sản phẩm mới trong tuần siêu thị cho ra mắt, đồng thời cũng nhấn mạnh một số hoạt động ưu đãi đang tiến hành. Trong thư này còn có mục liên kết khá hấp dẫn, sau khi ấn phím bạn đến với trang web của siêu thị liên doanh này, trong đó có khoản chiết khấu riêng, lên mạng hàng tuần bạn có thể tự in ra và sử dụng một cách rất hài lòng.

TẠP CHÍ “NUTRITION ACTION HEALTH LETTER”

Đối với “Nutrition Action Health letter” (một tờ tạp chí về dinh dưỡng sức khỏe) thì việc đặt mua thường xuyên của khách hàng là vô cùng quan trọng. Tờ nguyệt san này do trung tâm khoa học công ích, là một tổ chức phi lợi nhuận nhằm bảo vệ sức khỏe cho mọi người. Chức năng chủ yếu là giám sát chặt chẽ thương hiệu, quảng cáo, tư vấn thông tin sản phẩm là thật hay giả, có khoa trương lừa gạt người tiêu dùng hay không. Việc xuất bản của tổ chức này hầu như dựa vào sự tài trợ của hàng triệu người đặt mua. Vì vậy trước khi đến kỳ hạn 6 tháng, nó đã bắt đầu nhắc nhở khách hàng, và lấy chiết khấu ưu đãi 15% khuyến khích khách hàng sớm đặt hàng, ngoài ra còn tặng thêm 1 kỳ miễn phí. Đồng thời, nó cũng sẽ cho khách hàng biết một cách rõ ràng rằng nếu để lỡ thời cơ này, điều kiện đặt hàng sau đó sẽ không có đãi ngộ tốt như vậy nữa.

TRUNG TÂM DI TÍCH LỊCH SỬ WILLIAM SBURG

Trung tâm di tích lịch sử William Sburg (CW) là nhà bảo tàng lịch sử rộng 173 mẫu đất, bạn nhất thiết phải mua vé mới được vào cửa tham quan. Bảo tàng đã thiết kế ra loại vé: “Giấy vào cửa cho những người yêu nước”, có thời hạn trong 1 năm cho những khách hàng có nhu cầu tham quan

thường xuyên và liên tục. Mỗi khi vé năm sắp đến thời hạn, chủ mua vé sẽ nhận được thư riêng, đồng thời nhắc nhở hạn sắp tới, mời họ thông qua điện thoại hoặc thông qua bưu điện tiếp tục mua. Điều đó lôi cuốn khách hàng ngoài địa phương đặc biệt có hiệu quả, bởi vì số lượng này đối với CW được coi là khách hàng quan trọng, trước đây luôn phải trực tiếp đi mời chào. Cuối cùng, để cho một số người có vé năm này có thể có được các thông báo định kỳ để quyết định cần tham gia những hoạt động nào. Phần mở đầu tập san mùa xuân năm 1999 được viết như thế này: “Bạn có thể không biết mùa xuân chúng tôi sẽ tổ chức những hoạt động gì... nhưng kỳ thực bạn đã dự định việc mua vé”.

SỞ THUỐC ECKERD

Sở thuốc Eckerd khởi nghiệp tại thành phố Largo bang Florida, bất kỳ lúc nào cũng không quên thư riêng, nhắc nhở khách hàng nên mua thuốc bổ sung. Hạng mục phục vụ này cũng mở rộng cho đến những dược phẩm mang tính thời tiết. Ví dụ như khi mùa xuân đang đến gần, Eckerd sẽ nhắc nhở người tiêu dùng. Có cần phải suy nghĩ bắt đầu chuẩn bị một số thuốc quá mẫn cảm mang theo mình.

CỬA HÀNG CHĂM SÓC VẬT NUÔI TRONG NHÀ FETSMART

Không có gì làm cho con vật được cưng chiều phát

điền lên bằng con bọ chết mùa xuân, etsmart rất biết rõ điểm này. Họ lấy hoạt động “Thứ 5 diệt bọ chết” để cho khách hàng nhớ đến việc chuẩn bị trừ sâu bọ cho vật nuôi trong nhà. Đi đến bộ phận Vetsmart của cửa hàng này để con vật thân yêu của bạn tiếp nhận một cuộc kiểm tra miễn phí. Họ sẽ “kiểm tra xem con cún của bạn có mang theo bọ chết không, trên da có vết cào cắn không và cũng kiến nghị một sản phẩm phòng chống bọ chết rất thích hợp với nó”.

CỬA HÀNG CHUYÊN BÁN TRANG PHỤC BERNINI'S

Chúng tôi biết một người bạn là khách hàng thường xuyên của cửa hàng trang phục Bernini's đông bắc bang NinZhexi. Bernini's, một cửa hàng chuyên bán trang phục đẹp. Ở đây các nhân viên nghiệp vụ đều hết lòng hết sức phục vụ khách hàng, mỗi một khách hàng yêu thích đều được chú ý rất rõ ràng. Chỉ cần họ biết trước khi hàng mới vừa đến là họ đã lập tức điện thoại mời khách hàng đến xem, rồi mua.

CÔNG TY BÁCH HÓA DILADE

Ở đây có điều lưu ý giản đơn: Sao không để người khách này tự đi nhắc nhở người khách khác mua các loại hàng này? Công ty bách hóa Dilade đã chuẩn bị sẵn trước mỗi máy thu tiền một đồng thẻ

“Ám thị nho nhỏ”, trên mặt thẻ in sơ đồ vị trí và tên hiệu của cửa hàng này. Khách hàng lựa chọn những lễ vật mà mình muốn có từ trong cửa hàng, ghi vào mặt trong của tấm thẻ. Sau đó, như Dilade đã kiến nghị: đem đặt nó dưới gối, bên cạnh bàn chải đánh răng, hoặc trong đôi giày đang đi, để cho bạn bè thân ái hoàn toàn thấy được tâm nguyện của bạn. Vì vậy nếu bạn nhận được tấm thẻ này thì bạn sẽ lên đường đến đó mà hoàn thành cái ước mơ này của đối phương?

KHÁCH HÀNG CỦA BẠN LÀ AI?

Bất kể bạn làm việc ở bộ phận nào trong công ty, mỗi người đều có khách hàng của riêng mình. Tất cả cái gọi là khách bên ngoài - chính là người mua sản phẩm của công ty bạn; còn tất cả cái gọi là khách nội bộ - cũng chính là trong công ty, những người cần có sự hợp đồng hỗ trợ của bạn để hoàn thành công việc của họ. Nếu như bạn không có cách gì làm cho 2 loại khách này trở lại thì rất nhanh bạn sẽ rơi mất bát ăn!

BIỂU DIỄN NGHỆ THUẬT VIRGINIA

Biểu diễn nghệ thuật dân gian William Sburg do học viện William và Marry trình diễn. Tổng hội quản lý đoàn đội của cuộc biểu diễn nghệ thuật Virginia Craft Festivals lại đưa ra một số ưu đãi

ngoại ngách, để lôi cuốn những khách hàng cũ trở lại tham dự. Khoảng trước một tháng họ gửi đi những bưu thiếp đến các quan khách của năm trước thông báo thời gian biểu diễn năm nay và kèm theo một tờ chiết giá 1 đôla, để đề cao ý nguyện tham gia của khách hàng. Nhưng những tư liệu về khách hàng lấy từ đâu? Tất nhiên là từ tấm thẻ rút thăm có thưởng mà khách hàng đã ghi vào từ năm trước.

CỬA HÀNG IN RỬA ẢNH SPEETOR1 800 BIRTHDAY

Phương pháp buôn bán của 1 800 BIRTHDAY thành phố Norwal bang Kanguaidike rất đơn giản: thời gian đã đến, nhắc nhở khách hàng chọn mua quà tặng. Khách hàng thông qua “dịch vụ sinh nhật” đưa ra tên họ và ngày sinh của bạn bè thân thích, đổi đến một khoảng thời gian thích hợp, trước ngày 31 họ sẽ nhận được lời nhắc nhở, có thể là qua thư điện tử, cũng có lẽ là một tờ bưu thiếp hoặc một cú điện thoại. Còn quà tặng khách hàng có thể đặt trực tiếp từ bản mẫu mua qua bưu điện của công ty này hoặc có thể lựa chọn trên trang web ([w.w.w. 1.800birthday.com](http://w.w.w.1.800birthday.com)).

CỬA HÀNG IN RỬA ẢNH SPECTOR

Hàng tuần công ty tư vấn quản lý doanh nghiệp Peppers and Rogers miễn phí bưu kiện điện tử In-

side Itol làm cho mọi người lưu ý đến cửa hàng in rửa ảnh Spector của Bỉ. Cửa hàng in rửa ảnh này đã sử dụng cách ghi lại và lập thành danh sách khách hàng thường xuyên mua bán qua lại giao dịch với mình. Thông qua những thông tin đó tăng cường điều tra sơ bộ những khách hàng đến giao dịch lần đầu. Công nhân viên của Spector không những chỉ có thể biết ngay những việc họ cần, như việc thay pin cho máy chạy.

BẢO TÀNG NGHỆ THUẬT VERNE

Bảo tàng nghệ thuật Verne ở Kelifland bang Ohio cũng đã vận dụng những kỹ xảo tương tự để giữ vững mối quan hệ với khách hàng nước ngoài như bảo tàng tác phẩm nghệ thuật Nhật Bản. Khu vực miền trung Atlanta là một ví dụ: Ông chủ Michael Verne đã tham gia nhiệt tình triển lãm phục chế quốc tế Washington hàng năm. Ông ta đã viết những bức thư nhằm cổ động các khách hàng thường xuyên đến với mình và để họ hiểu được là tên tuổi của họ vẫn thường được xuất hiện trên danh sách quý khách của cửa hàng, nói cách khác là những khách hàng này có thể bớt được 6 đôla vé vào cửa.

CỬA HÀNG THƯƠNG NGHIỆP MẠNG GAP

Cửa hàng thương nghiệp mạng Gap cũng đã chuẩn bị cho khách hàng một hộp thư quà tặng

điện tử cá nhân, có nhiều tính năng. Một trong những tính năng đó là lưu trữ được 10 tên họ, địa chỉ bản thân và cùng với 50 ngày quan trọng có liên quan tới họ. Sau khi nhập vào, trước mỗi ngày quan trọng khoảng 2 tuần lễ khách hàng sẽ nhận được một bưu kiện điện tử nhắc nhở.

CÔNG TY ĐỒ DÙNG BỮA ĂN REPLACEMENTS

Người tiêu dùng thường gọi điện thoại đến Replacements bang Bắc Kaluolaina, để hỏi về một số đồ sứ, thủy tinh, đồ làm bằng bạc không sản xuất. Nhưng vì khách hàng không biết là trong tay họ đang có những sản phẩm quý giá gì, hoặc hiện nay, trên thị trường có những sản phẩm mới nào gây tổn thất cho công ty, có thể khó mà dự đoán. Hiện nay, vấn đề này đã được giải quyết. Công ty có thể thông qua bưu kiện điện tử, một cách thức thông báo cho khách hàng vô cùng kinh tế. Chỉ cần đưa lên mạng những kiểu dáng, phong cách mà bạn cảm thấy hứng thú nhất. Replacements sẽ định kỳ cho bạn biết hiện nay họ có loại hàng gì thích hợp nhất với bạn.

CHO KHÁCH HÀNG NHÌN THẤY SẢN PHẨM

ÔTÔ THÔNG DỤNG

Nếu khách hàng được biết đây đã là thời điểm

thích hợp để mua hàng, đừng có trì hoãn. Bạn hãy trực tiếp đưa sản phẩm đến với khách hàng. Đối với ô tô cao cấp thế hệ Cadillac, phương án này được gọi là “mọi lúc, mọi nơi”. Hiện nay, mới là bắt đầu giai đoạn thực thi. Các đại lý của Cadillac sẽ đưa xe mới đến bất kỳ địa điểm nào mà khách hàng yêu cầu. Họ vui vẻ cùng khách hàng hứa hẹn ở một địa điểm khác, ký một hợp đồng thuê xe hoặc mua xe mới, hoặc uống cafe, trao đổi với nhau về điều kiện đổi xe cũ mua xe mới. Nếu như khách hàng chưa xác định được sự lựa chọn Cadillac là lý tưởng hay chưa, hãng đại lý còn gợi ý đưa xe đến nhà hai ngày để khách hàng thử xe thoải mái. Khi đã thỏa thuận xong, địa điểm và thời gian giao xe là theo sự lựa chọn của khách hàng.

KHÁCH SẠN LITTLE NELL

Khách sạn Little ở Asean, bang Keluoladuo cung cấp nhiều dịch vụ cho khách. Họ không bao giờ đợi khách đến đặt phòng mới bắt đầu công việc. Họ biết trước phải điện thoại tới từng khách hàng - đặt phòng, giới thiệu tỉ mỉ về đặc tính của khách sạn này và những điểm thắng cảnh nơi đây, dự kiến bố trí trước bữa ăn tối và thủ tục chuyển máy bay ở sân bay, và cũng tư vấn khách hàng trong thời gian nhàn rỗi nên giải trí ở đâu.

CỬA HÀNG CUNG CẤP ĐỒ DÙNG NGOÀI TRỜI FINGERHUT

Nếu bạn đặt hàng qua bưu điện bạn sẽ không có cách nào biết hiện tại cuộc giao dịch này đã được tiến hành đến mức độ nào, thì ngược lại, Fingerhut là một ngoại lệ, họ không chỉ đem những sản phẩm bạn cần đến tận nhà mà khi họ nhận được đơn đặt hàng của bạn, họ liền gọi điện thoại đến trước để cùng bạn xác nhận nội dung. Hơn nữa, còn cho bạn biết thời gian nào sẽ nhận được hàng.

CÔNG TY CHUYỂN GIAO NHANH LIÊN BANG

Dịch vụ chuyển giao nhanh liên bang dưới thương hiệu của công ty chuyển giao nhanh liên bang sẽ cho khách hàng của bạn biết: gói hàng đang trên đường tới. Bạn sử dụng phần mềm trên mạng của công ty này để nhập hòm thư điện tử, khách hàng của họ vào chuyển phát nhanh, liên bang sẽ phát đi bưu kiện điện tử báo cho bạn biết thời gian gói hàng của khách đến nơi yêu cầu.

CỬA HÀNG BÁN LẺ CALE & COMPANY

Hãy học tập cửa hàng bán lẻ Cale & Company ở William Sburg, họ thường xuyên đem những thông tin hữu dụng đến với khách hàng và kín đáo đặt vào trong tay khách hàng. Ví dụ như: Khi gần đến ngày điều chỉnh thời gian (nước Mỹ có thực hiện

thời gian giảm bớt ánh sáng mặt trời, mỗi năm từ tháng 4 đến tháng 10 gạt nhanh đồng hồ lên 1 giờ) họ sẽ gửi 1 tấm bưu thiếp nhắc nhở mọi người: “Chỉ xin ngài đừng quên thời gian giảm bớt ánh sáng mặt trời 5-4-1998 bắt đầu đây!” Vừa khéo, ngay trước mặt khách hàng xuất hiện tên hiệu công ty, không mang theo sự thúc giục tiêu thụ, có thể nói là một thủ pháp rất đẹp.

CÔNG TY MÁY TÍNH ĐIỆN TỬ CMC

Công ty máy tính điện tử CMC dựa vào thông tấn của công ty “Trí thức khoa học kỹ thuật” luôn luôn nhắc nhở tất cả khách hàng rằng họ đang tồn tại, trong đó ngoài việc giới thiệu những tin tức sản nghiệp và những văn bài có tính chất quan niệm, còn bao gồm hoạt động mua bán. Những hạng mục phục vụ, những khoản chiết giá thời gian gần đây, kể cả giới thiệu sơ lược về công ty gần đây nhất có một thông tin rất hay. Nếu khách hàng xin bưu điện, điện tử tự động thông báo dịch vụ thì có thể có được các thông tin về thanh lý kho tàng và bán thương phẩm.

CỬA HÀNG IN RỬA PHIM ẢNH SCATTLE FILMWORKS

Có rất nhiều công ty sử dụng mạng để tiếp xúc khách hàng Scattle Filmwords bang Washington cũng không ngoại lệ. Bất kỳ bạn ở một góc nào trên

thế giới này, gửi một cuộn phim âm bản cho công ty in rửa phim ảnh, một doanh nghiệp có mức doanh thu trên 1 triệu đôla, thì họ sẽ đem phim đó đưa vào đĩa từ hoặc thông qua mạng trả lại cho bạn. Họ cũng có thể từ phim âm bản chế tạo màn hình cá nhân bảo vệ thiết bị cho bạn. Cũng như vậy, công ty này ban đầu cũng dùng thủ pháp kính tặng miễn phí âm bản để hòa nhập thị trường.

CỬA HÀNG LIÊN DOANH VĂN PHÒNG PHẨM, DỤNG CỤ VĂN PHÒNG OFFICE MAX

Cửa hàng liên doanh tiêu thụ lớn thứ 3 chuyên văn phòng phẩm, dụng cụ văn phòng ở bang Ohio là Office Max, đã làm cho khách hàng giảm bớt thời gian và tiền mặt. Nếu bạn đặt mua hàng ở một cửa hàng địa phương với một số lượng nhất định nào đó thì chỉ một ngày sau bạn sẽ nhận được hàng đã đặt, miễn phí vận chuyển!

CỬA HÀNG HOA NGHỆ THUẬT 1.800 - FLOWERS

Năm 1994, 1.800 - Flowers đã được chinh đốn toàn bộ 2.500 cửa hàng bán hoa của Bloom Net đã liên minh lại, sáng lập dịch vụ “đưa đến trong ngày” bất kể bạn muốn đưa hoa đến đâu. Năm 1995 cửa hàng bán hoa lớn nhất toàn cầu này đã thành lập riêng trang web của mình, không những giải quyết sự bất tiện của liên lạc điện thoại, mà còn có

thể để cho khách hàng thấy rõ hình dạng bó hoa mình đặt mua.

CÔNG TY CHỨNG KHOÁN GIA TÍN

Để cho khách hàng có thể thông qua bất kỳ con đường nào trở lại tìm bạn đã dần dần trở thành nguyên tắc quan trọng trong việc nâng cao lòng trung thành của khách hàng. Công ty chứng khoán Gia Tín đã mở rộng cung cấp cho khách hàng muốn mua cổ phiếu các cách mua bán. Bạn có thể trực tiếp đến công ty của họ, có thể sử dụng hệ thống ngữ âm tự động, dùng điện thoại trực tiếp trao đổi với nhân viên nghiệp vụ hoặc lập đơn trên mạng hệ thống máy tính điện tuyến, toàn bộ dùng phương thức giao dịch nào mà bạn thích.

NHÀ MÁY ÔTÔ VOLVO SVENSKA BIL

Xưởng ô tô Thụy Điển Volvo Svenska Bil đã đầu quân vào nhằm mục đích tiếp cận khách hàng. Trước mắt là với những khách hàng ở gần. Chuyên gia phục vụ khách hàng Karl Albrecht trong chuyên mục “Trích đoạn phẩm chất” của ông đã nói rõ rằng “khi khách hàng mua xe bước ra khỏi cửa hàng, hòa vào trong biển người mênh mông, công ty chỉ có thể chờ đợi họ xuất hiện trở lại. Nhưng nếu thông qua một loại sản phẩm có tính duy trì liên tục như bảo hiểm chẳng hạn thì họ

thường xuyên trở lại với bạn. Cái đó giúp cho việc tạo lập sự quyến luyến của khách hàng và cũng để củng cố mối quan hệ mua bán song phương.

CÔNG TY PHỤC VỤ XE HƠI GREATVE ENTERPRISE

Scott Overman, mới phát hiện ra một diệu kế, khiến cho khách hàng dù có bận bịu đến đâu cũng biết đường tìm đến công ty chuyên phục vụ xe hơi Greatve Enterprise của ông ta.

Phương pháp đó là, họ không đi được thì mình đến, chỉ cần bỏ ra từ 20 đến 100 đôla tùy theo yêu cầu phục vụ hoặc khổ xe lớn nhỏ. Khách hàng chỉ cần gọi điện đến, chỉ ra nơi đỗ xe của mình, thế là xong. Sau đó ông ta sẽ đem theo tất cả các loại đồ nghề cần thiết, đặc biệt bao gồm cả 300 ca long nước sạch, máy hút bụi, máy phun nước áp lực lớn, chạy bằng máy phát điện generetor đến tận nơi để phục vụ.

CÔNG TY CHĂM SÓC XE HƠI WIZ

Để tỏ ra khác biệt với đối thủ cạnh tranh, cũng như để thu hút khách hàng theo cách riêng của mình, công ty chăm sóc dọn, sửa xe hơi Wiz hoặc sẽ đến tận nhà, hoặc công sở của bạn để nhận xe đem về chăm sóc, bảo dưỡng, xong xuôi đâu vào đấy rồi mới lại đánh xe đến giao lại cho bạn.

TRẠM PHỤC VỤ LIÊN HOÀN MAIL BOXES ETC

Có thể trước đây Mail Boxes Etc, không thể tìm đến trước cửa nhà bạn, nhưng giờ đây, sau khi hợp tác với USA technologies để thành lập một công ty chuyển phát hàng nhanh MBE. Họ thiết lập các trạm phục vụ tự động liên hoàn nhằm đem lại mọi sự tiện ích cho khách hàng của mình và có thể trông thấy các trạm phục vụ tự động đó ở khắp mọi nơi. Trong các khách sạn, các siêu thị tự chọn, các hội chợ và ở trong những trung tâm hội nghị v.v... các trạm đều phục vụ 24/24 tiếng và bạn có thể mua bằng thẻ tín dụng hoặc dùng máy tính cá nhân để lên mạng giao dịch. Ngoài ra ở đó còn có máy in đơn giá laze, máy Fax, máy in ảnh và thậm chí cả bút ký điện tử để bạn sử dụng.

CỬA HÀNG QUAN TÀI CATS KILL CASKET

Tình huống ở đây lại hoàn toàn trái ngược. Khi có những doanh nghiệp mà khách hàng không bao giờ muốn qua lại với họ, lại càng không bao giờ hy vọng họ sẽ xuất hiện trước cửa nhà mình (thế mới khổ). Vì vậy chủ cửa hàng quan tài Cats kill casket thuộc thành phố phía đông New York đã cho cải cách lại toàn bộ máy cũng như đường lối kinh doanh, lấy kinh doanh tiêu thụ làm trọng tâm. Họ áp dụng phương thức bán hàng trực tiếp cho khách. Tuy giá thành cũng không rẻ là mấy so với trước

đây, nhưng bù lại tránh được phiền hà. Chỉ cần một cú điện thoại, lập tức ngày hôm sau, người của công ty sẽ mang quan tài bạn đặt chuyển đến nghĩa đường đã định.

CÔNG TY INTEL

Lãnh đạo máy xử lý mi-cơ-rông điện tử tập đoàn đang đối mặt trực tiếp với người tiêu dùng trong giai đoạn cuối. Bởi vì tập đoàn này đã đưa ra các hoạt động nhằm khuyếch chương thực hiện và sách lược đó đã thành công trong việc làm nổi bật tên thương hiệu của mình ở trong các máy tính cá nhân của khách hàng. Mới đây, khách hàng hầu như không có một chút khái niệm nào về những linh kiện được lắp trong, ngoài máy tính của họ.

Điều đáng phải bàn ở đây là, trong quá trình sản xuất Intel inside đã cùng hợp tác với một thương hiệu nhỏ cấy thêm thương hiệu của mình vào đĩa mềm và cùng với doanh nghiệp kia phân phát quảng cáo đưa ra thị trường tiêu thụ.

KHÁCH SẠN HOTEL DOES.

Khám và chữa bệnh, từ lâu đã trở thành truyền thống ở đây. Khách sạn Hotel Does ở San Diego sẽ phục vụ việc khám chữa bệnh từ A đến Z cho những khách hàng nào “chẳng may” bị lâm bệnh

trong khách sạn của họ bằng cách tư vấn cho họ một dịch vụ khám bệnh có tên: Đến tận nơi. Hạng mục phục vụ này vốn đã trở thành phổ biến rộng khắp 250 thành phố lớn nhỏ trên toàn nước Mỹ và có sự tham gia của các y bác sĩ, nha sỹ nhân viên mát xa và thậm chí là cả bác sĩ thần kinh, nếu có nhu cầu bạn chỉ việc bấm số 800- Hotel.DR.

CỬA HÀNG SÁCH TRÊN MẠNG INTERNET CỦA HAMAT

Đừng có quên internet! Nhà sách mạng tiên phong trên internet. Bởi vì ông ta muốn đem sách của mình bày ra trước mắt tất cả mọi người và tên tuổi của ông ta đã được mọi người biết đến. Đó cũng là công ty đầu tiên bạo tay dám đưa cả một cửa hàng sách lên mạng và những thành quả do nó đem lại, là không thể kể xiết. Xin thưa! quả đúng là như vậy, trừ khi bạn đi đến hiệu sách chẳng qua muốn tiện thể uống ly cà phê. Còn nếu không, bạn chẳng cần phải nhọc công như vậy.

HIỆU THUỐC TRÊN INTERNET DRUGSTORE.COM

Trên thị trường thuốc y dược, Drugstore.com cũng áp dụng thủ pháp tương tự như vậy. Khách hàng bây giờ chỉ cần ngồi trong nhà mà vẫn mua thuốc hay những sản phẩm thông thường khác ở ngay trên bàn làm việc của mình. Loại thuốc y dược mà bạn đặt mua sẽ được chuyển đến tận nhà. Ngoài

ra, công ty này cũng đã thiết lập ra cả một mạng lưới phục vụ, dịch vụ hoàn hảo, trong giới kinh doanh thuốc y dược thậm chí nếu bạn cần một bác sĩ, công ty này sẽ sẵn sàng tư vấn, gọi điện tìm giúp bạn. Hơn nữa nếu bạn gặp phải bất cứ vấn đề gì hãy gọi điện hoặc gửi thư điện tử đến cho bác sĩ chuyên trách của họ, để được giúp đỡ. Vì sách lược kinh doanh trên gặt hái được khá nhiều thành quả nên công ty này đã dần dần bị HaMat mua lại.

CÔNG TY BÁN ĐỒ GIA DỤNG BƯU ĐIỆN

Có phải bạn đang do dự trong việc quyết định có nên đặt mua những món quà đồ gia dụng công kênh bằng phương thức mua hàng thông qua bưu điện hay không? Hãy nhìn cho kỹ những sản phẩm trên danh mục tên thương hiệu của Horehow Home Colleccion, có in biểu tượng HH. Nếu bạn chọn mua những đồ gia dụng này thì kể cả vận chuyển và lắp đặt đều miễn phí, thậm chí họ còn giúp bạn lau chùi cọ rửa sạch sẽ và mang bao bì đóng hòm đem đi huỷ cho bạn.

CHUYỂN GIAO NHANH UPS

Trong các hạng mục phục vụ của UPS, bao gồm lưu trình tiêu chuẩn cố định hàng ngày là thăm hỏi lễ phép các khách lấy hàng. Không may bạn có bao hàng gửi máy bay quá cỡ cần phải chuyển giao

nhANH, cũng có thể thông qua dịch vụ “điện thoại lấy hàng không vận” khách hàng xin lấy hàng, hàng ngày có thể được miễn phí điện thoại hoặc lên mạng yêu cầu dịch vụ lấy hàng quá cỡ không thu phí.

THÀNH PHỐ LIQIMENG

Thành phố Liqimeng bang Virginia ra sức cổ vũ cho “Người cản đường”. Để xúc tiến ngành tham quan, chính quyền thành phố phái đến trung tâm thành phố một đội ngũ nhân viên giúp duy trì bộ mặt thành phố ngăn nắp, sạch sẽ, an toàn và bất kỳ lúc nào giúp đỡ du khách. Cung cấp thông tin là điểm cực kỳ quan trọng, con mắt họ nhìn bốn phương, đôi tai họ nghe tám hướng, nhân viên phục vụ chủ động không rời. Khách sạn mặc áo đội mũ tương đối nổi bật.

Họ mang theo bản đồ chỉ dẫn phương hướng, khuyến nghị du khách du lịch dùng bữa, dạo phố, địa điểm tham quan. Một khi xảy ra sự bất ngờ hoặc tình huống phi pháp, họ cũng có thể thông qua máy thu phát âm đem theo lập tức liên lạc với cảnh sát. Thành phố Liqimeng hiếu khách, nhiệt tình không những chỉ tư thế chào mời đối với du khách mà họ chủ động qua lại và ân cần với du khách.

BASU

Bạn không có thời gian đi Spa phải không? Basu có thể mang điều đó đến cho bạn “Câu lạc bộ Spa trong tháng” mỗi tháng đều gửi đi một sản phẩm mới trọn bộ. Tháng đầu tiên rất quý, chỉ cần 30 đôla bao gồm 3 loại thương phẩm trang trí trong nhà giống hệt Spa, thêm vào ngọn nến ét xăng, thêm vào mùi thơm hoa cỏ sấy khô tăng thêm phần thú vị. Sau đó mỗi tháng đều có các loại dịch vụ Spa trọn gói như bảo dưỡng bộ mặt nham thạch nóng chảy đắt tiền và màng phủ mặt bằng vữa núi lửa, giá cả bình quân đại khái 9 đôla.

PHÒNG CÔNG TÁC ÂM THANH JEFFREY ALLEN

Bạn ở New York nhưng rất muốn nghe giảng bài của Jeffreg Allen ở Sherman Oaks bang Jia xa xôi ư? không có vấn đề gì, phòng công tác âm thanh của Jeffrey Allen đã có sẵn trang bị truyền tin để bạn dù ở bất kỳ nơi nào lúc nào có thể nghe giảng bài.

TRANG WEB BAGERISCHE MOTOREN WERKE AG

Còn nhớ là bạn đã đến cửa hàng đại lý ô tô đó, mất bao nhiêu thời gian công sức xem xét kỹ lưỡng một đồng các biện pháp mua xe phải không? Rồi để nó biến mất “tin” trong đầu.

Hãy xem trang web của Bageriche Mitoren Werke AG. Giấc mơ BMW của bạn có thể được thực hiện ngay tại đây. Bạn không chỉ có thể chỉ ra một cách chính xác kiểu loại chiếc xe bạn mong muốn, mà ngày giao nhận xe và việc trả tiền đều có thể hoàn thành tại đây.

TRANG WEB DIAL A MATTRESS

Bạn còn nhớ là cần phải đến cửa hàng đồ gia dụng mua một cái đệm giường không? Hãy để ý tưởng đó biến khỏi đầu bạn đi. Đến với trang web Dial A Mattress thành phố trường đảo New York dạo chơi một hồi thì đại sự gì cũng xong hết chỉ trừ phi không có cách gì tự mình thử chút lòng kiên nhẫn. Bạn có thể chọn ra từ trong đó kiểu cách mà bạn ưng ý nhất hoặc là nhờ công ty này “tiền cử” vậy! Rồi sau khi đã quyết định, trong vòng 24 tiếng đồng hồ cái đệm giường đó sẽ được đưa đến tận nhà bạn.

TRUNG TÂM DI TÍCH LỊCH SỬ WILLIAMSBURG

Hàng chục năm nay, đến tham quan di tích lịch sử William Sburg vẫn là bắt buộc của học sinh các trường trong khu vực miền trung Atlanta. Hiện nay, nhà bảo tàng này đã mở rộng phạm vi, tìm cách cho những người không có điều kiện thân hành đến đây cũng có thể được trông thấy. Thông

qua các biện pháp truyền hình với trang bị hoàn hảo và phát trên vệ tinh.

Quĩ này đã đưa ra kiểu du lịch điện tử rẻ tiền, có rất nhiều trường học trên toàn nước Mỹ sôi nổi lao vào đầu tư cho món dự toán này. Chính vì học sinh cơ bản không cần phải ra khỏi phòng học cũng có thể trực tiếp tham quan hiểu biết lịch sử nước Mỹ hồi thế kỷ 18.

CÔNG TY THẨM MẾM WRO

Công ty Wholesale Rug.Outlet (Wro) ở Lancaster bang Pennsylvania có thể mang thẩm phương Đông và thẩm dân tộc đủ các kiểu loại đến nhà bạn, cho bạn thoải mái lựa chọn bất kỳ loại nào. Chỉ cần bạn gọi điện cho Wro mô tả kiểu cách bạn ưa thích thì Wro sẽ rất vui lòng lấy máy ảnh kỹ thuật số chụp các kiểu bạn ưa thích để bưu kiện điện tử đưa đến đặt trên bàn bạn. Bạn xem đã vừa ý chưa? Bạn hãy dùng điện thoại hoặc bưu điện điện tử lập đơn hàng, họ sẽ lập tức chuyển đến và giao cho bạn.

CÔNG TY THẨM NỀN ORIENTAL JEXTILE ARTS

Oriental Jextile Arts bán thẩm nền ở Willian sburg cũng không hàm hồ. Họ tích cực chủ động tiếp xúc với khách hàng. Họ lấy việc đến tận nhà khách hàng thẩm hỏi làm vinh dự. Họ mang kiểu

dáng thăm nền thích hợp cho bạn rồi lại đem sản phẩm mà họ giới thiệu đến tận nhà bạn để bạn thử dùng trước một thời gian rồi hãy quyết định cần hay không cần. Vì vậy họ không thu thêm một chút phí nào.

CÔNG TY TƯ VẤN QUẢN LÝ XÍ NGHIỆP ERNST & YOUNG

Bạn muốn nghe một vài ý kiến của cố vấn chăng? Hãy gọi điện đến Eruie đi! Eruie là cố vấn trên mạng của công ty tư vấn quản lý xí nghiệp Erust & young, dịch vụ tư vấn chuyên nghiệp cho các công ty nói chung. Chi phí căn cứ vào số người công ty sử dụng mà quyết định. Sau khi nộp phí bạn có thể bất kỳ lúc nào lên mạng vào công ty tư vấn mở tại thành phố, sử dụng kho tư liệu để tư vấn thương thảo. Bất kỳ vấn đề gì họ sẽ dùng bưu kiện điện tử để trả lời đáp ứng yêu cầu của bạn.

CÔNG TY TRANG PHỤC JEMJONES

Tôm Jones ở thành phố Liqimeng bang Virginia có thừa nỗ lực tranh thủ buôn bán, đồng thời cũng rất coi trọng thời gian quý báu của khách hàng. Họ đem trang phục đã hoàn thành và đặt công ty làm, bao gồm: Somi, Vetton, Caravat thậm chí cả giày. Do những tư liệu cơ bản của khách hàng thu được trước khi làm, vì vậy khách không cần thiết phải lãng phí thời gian chọn lọc, giá cả, kiểu dáng

và nhãn mác yêu thích.

Kích thước thực tế thương phẩm bày bán tại cửa hàng được khách hàng lựa chọn một hồi là xong.

CÔNG TY SỬA CHỮA TÀU THUYỀN VÀ ÔTÔ PENNZAIL- QUAKER STATE

Bộ phận dịch vụ tàu thuyền của công ty PennZail-Quakerstate là một bộ phận mới được thành lập. Trên thị trường tàu thuyền cá nhân nó mở ra một khu vực riêng biệt. Q - lube cho ra đời một bộ tiêu chuẩn dịch vụ bảo dưỡng tàu thuyền, thu phí phải chăng. Nội dung bao gồm: thay dầu máy, bộ lọc, bơm dầu, rửa sạch, kiểm tra linh kiện. Cái hay của nó là bạn không cần phải đến đó, Q - lube sẽ đến tận tàu thuyền của bạn, họ mang theo máy móc dụng cụ, nhân viên chuyên môn và cán bộ kỹ thuật đến tàu thuyền, bến cảng thậm chí đến tận nhà bạn.

CỬA HÀNG CUNG ỨNG HẢI SẢN TƯƠI SỐNG FISH MASTER

Fish Maste ở Fort Myers bang Florida, mỗi chuyến thuyền đánh cá ngoài biển nhiều nhất là 14 ngày. Cuối cùng họ đem tất cả tôm cá "tươi sống" bắt được chia ra, phần lớn đưa đến thị trường địa phương. Người tiêu dùng có thể qua điện thoại hoặc bưu điện điện tử, đặt hàng các loại cá canh, cá đốm, trăn châu, tôm biển v.v... Fish Master mỗi tuần ra

biển hai lần, một khi có loại cá bạn yêu cầu, chỉ ngày thứ hai họ sẽ mang ngay đến tận nhà cho bạn.

HÃNG CHẾ TẠO HỘP GIÓ JOHN CRANE BELLFAB.

John Crane Bellfab ở Daytona Beach là hãng chế tạo làm về hàn nối, hàn kín và hộp gió. Tuy họ không thể đưa công nhân viên đến công xưởng của khách hàng làm việc được nhưng họ lại có biện pháp làm cho khách hàng cảm thấy họ vẫn đến. Họ qui hoạch ra khu vực hoạt động cho các khách hàng quan trọng và theo mẫu sắc của khách hàng như tường sơn, màu biểu trưng. Công nhân viên của BelJab hiểu rất rõ khu vực nào thuộc khách hàng nào, có lúc còn lấy tên hiệu khách hàng trả lời điện thoại.

TRẠM BƠM DẦU CUEFOLAN

Người tiêu dùng vẫn phải đưa xe đến trạm bơm dầu mới được bơm dầu. Nhưng tại Antoch bang Jia có hai trạm bơm dầu của Cuefolan hết lòng vì khách hàng, để giảm bớt phiền toái cho khách hàng. Khi khách hàng tới đây bơm dầu, họ chỉ cần thao tác cùng một phím bấm màn huỳnh quang thì đồng thời cũng lựa chọn các dịch vụ khác, như rửa xe, gọi đồ uống và thức ăn, thậm chí còn mua thẻ điện thoại đường dài. Cuối cùng, chỉ cần lấy thẻ tín dụng ra xoa là xong; nhân viên thu tiền của trạm bơm dầu lập tức phục vụ theo yêu cầu của bạn.

PHẦN 10

ĐỘC NHẤT VÔ NHỊ, CHỈ MÌNH BẠN MỚI CÓ

Hãy thỏa mãn nhu cầu của khách hàng

Thời đại mà Fort cung cấp cho khách hàng Model T các loại đã qua lâu rồi, các công ty này nếu muốn giành được khách hàng trung thực thì phải “đào sâu” vào ý thích của khách hàng để tìm cách làm họ hài lòng và thỏa mãn yêu cầu của khách hàng. Có 3 nguyên tắc:

1- Lắng nghe nguyện vọng của họ: Trong môi trường rộng lớn, việc lắng nghe tiếng lòng của khách hàng thường bị lãng quên. Đúng vậy, phương pháp lắng nghe bất kể qui mô lớn bé có trở ngại gì không? Điều quan trọng là vận dụng thỏa đáng các thông tin tư liệu có được, coi đó là tài sản quý báu của công ty và căn cứ vào đó mà nhào nặn thành văn hóa cốt lõi của công ty.

2 - Sáng tạo những sản phẩm mà họ muốn có: Nếu sau khi lắng nghe mà không hành động gì thì như vậy là đã làm lãng phí thời gian của chính

mình và của khách hàng. Một khi đã xác định được tâm nguyện của khách hàng thì cũng phải lập tức hành động, lấy thời gian cụ thể mà cụ thể hóa nó.

3 - Căn cứ theo yêu cầu của mỗi khách hàng làm ra những sản phẩm cá biệt. Hiện nay, hầu như mỗi mẫu đồ vật đều sản xuất cho phần đông khách hàng, từ đĩa CD đến quần bò đều không là ngoại lệ. Khái niệm sản xuất theo nhu cầu của mỗi khách hàng bắt nguồn từ một nhận thức: Cũng không phải tất cả khách hàng đều một hình một dạng. Cho nên, công ty quan tâm đến những yêu cầu đặc biệt của mỗi một khách hàng để làm ra thương phẩm và định giá hợp lý cho thỏa đáng vì vận dụng đến lượng lớn sản xuất kỹ thuật. Vì vậy chúng ta phải học tập việc đo người đặt làm, đồng thời phải đối mặt với số lượng lớn khách hàng. Cũng phải xem xét những yêu cầu không giống nhau.

HÃY LẮNG NGHE TIẾNG NÓI CỦA KHÁCH HÀNG

CÔNG TY MÁY TÍNH ĐIỆN TỬ IBM

Công ty máy tính điện tử hàng đầu IBM đã từng mất uy tín nhiều năm, nhưng đã nhanh chóng khôi phục trở lại địa vị của mình. Sở dĩ nó làm được như vậy là bởi biết lắng nghe và hành động dựa vào tiếng nói của khách hàng. Hiện tại, có 20 khách hàng

lập thành một nhóm “ủy viên tư vấn khách hàng” thường xuyên cùng với IBM hội họp, mà ý kiến của họ đối với sản phẩm hiện nay của IBM chính là lập kế hoạch cho ngày mai đều có một ý nghĩa sâu xa. Hãng máy tính điện tử này đã phỏng vấn để tìm hiểu sâu hơn những yêu cầu của khách hàng tuyến sản xuất ngắn hạn: Dùng điện thoại trong thời gian ba tháng đối với người mua theo hợp đồng gần nhất. Không chỉ dò hỏi khách hàng xem sản phẩm vừa mới mua có vấn đề gì không và có gì làm họ không hài lòng. Tóm lại điều quan trọng là có làm cho khách hàng hài lòng không, có thỏa mãn không?

CÔNG TY MÁY TÍNH ĐIỆN TỬ APPLE

Công ty máy tính điện tử Apple nghiêng về cách lắng nghe tiếng nói của khách hàng bằng biện pháp “phản hồi” từ khách hàng. Công ty mang những sản phẩm thử nghiệm đến cho một số người tiêu dùng trên mạng để nhanh chóng hình thành phần mềm, những khách hàng này sẽ viết ra ý kiến của mình và phản hồi lại cho công ty.

CỬA HÀNG LIÊN DOANH VỆ SINH NỘI THẤT MERRY MAIDS

Merry Maids là một công ty vệ sinh có phương pháp lắng nghe đòi hỏi chuyên môn cao. Một khi bạn trở thành hội viên thì cửa hàng trưởng hoặc giám đốc sẽ dành thời gian tìm hiểu xem bạn yêu

cầu kiểu vệ sinh và phương thức vệ sinh nào.

Sau đó kết quả điều tra được lưu vào máy tính điện tử và lập thành báo cáo để giao cho nhóm làm công tác vệ sinh. Họ sẽ lập kế hoạch cụ thể để đáp ứng tốt nhất nhu cầu của khách hàng.

CÔNG TY PHẦN MỀM NHÂN DÂN

Công ty phần mềm nhân dân ở Pleasanton bang Jia cho ra đời trang web trò chơi làm cho khách hàng thể hiện tính hiếu kỳ, trang web này đưa ra trò chơi gọi là “tiền giấy” và cũng liệt kê những tính năng mới của phần mềm quản lý xí nghiệp mà công ty này có khả năng cho ra đời để khách hàng tìm mua những tính năng được yêu thích.

CÔNG TY DU LỊCH ROSENBLUTH

Rosenbluth sở dĩ trở thành công ty du lịch lớn thứ 3 trên toàn nước Mỹ là nhờ phương pháp lắng nghe và lập ra “vật siêu giá trị” để khách hàng tính toán chi ly kỹ lưỡng, tìm chi phí du lịch trọn gói ưu đãi nhất. Khách hàng đông, ưu thế thương lượng giá cả lớn, ngay cả một tuyến hàng không hấp dẫn cũng có khả năng cạnh tranh giá cả được tương đối ưu đãi.

Rosenbluth cùng khách hàng tiến hành đàm thoại liên hợp trừ tính kế hoạch, căn cứ vào đó định

ra các kế hoạch dài hạn tạo cho khách hàng lợi ích tối đa. “Qua những cuộc đàm thoại đó chúng tôi biết rõ xu hướng của khách hàng. Vì vậy công ty có sự chuẩn bị trước, ngay khi khách hàng yêu cầu thì lập tức cung cấp những tư liệu quý báu”, CEO Hal - Rosenbluth đã nói như vậy trong “Good company”.

HÃNG ÔTÔ THÔNG DỤNG

Mỗi khi bạn bực mình oán trách vì lãng phí sức lực thì hệ thống quản lý động lực và Delphi Energy của Hãng ô tô thông dụng sẽ mang đến một tia sáng. Hãng này ở thành phố Grand Rapids bang Michigan đã duy trì thống kê trước một năm gồm 5 hạng mục khách hàng phản ứng nhiều nhất. Đây là mục tiêu nhất thiết phải ra sức loại trừ trong năm nay.

Hãng chế tạo máy do lưu trình khổng lồ chế quản lý ABB loại bỏ sự cường điện trước đây về sự hài lòng mãn ý của khách hàng thay vào đó là ra sức nghiên cứu yêu cầu của khách hàng. Cách giải quyết thắc mắc của khách hàng là khích lệ, động viên họ nói ra điều chưa hài lòng. Từ đó tìm ra nguyên nhân, áp dụng những hành động thực tế để khắc phục những nhân tố đó.

PHÒNG KHÁM FALLON

Phòng khám Fallon ở Worcester bang MA sau khi tiến hành nghiên cứu những thắc mắc của

khách hàng đã phát hiện hơn một nửa khách hàng không hài lòng về các bác sĩ ở phòng khám đó. Ngay lập tức phòng khám tiến hành một khóa huấn luyện cải tiến kỹ xảo, đồng thời gặp gỡ trao đổi với những bệnh nhân trước. Sau đó những phản ứng đã giảm đi gần 2/3.

CÔNG TY CUNG CẤP DỊCH VỤ MẠNG EREL'S

Công ty cung cấp dịch vụ mạng là Erol's đã kết hợp khoa học kỹ thuật và chuyên viên phục vụ để thu thập những ý kiến của các khách hàng không vừa ý. Để chứng minh cho khách hàng vào một dịp khác Orhan Onaran, CEO của công ty đã phát biểu với “tuần san mạng”. Nếu nói rằng vấn đề kỹ thuật gây khó khăn cho sản xuất, chúng tôi sẽ có các nhân viên hỗ trợ kỹ thuật luôn luôn bên cạnh để “hiệp đồng tác chiến” cho nên khách hàng không vì những vấn đề về mặt này mà “bỏ chạy”. Sau khi khắc phục được các tình trạng trên, công ty cơ bản là đã đẩy lùi được những khách hàng “gỗ trống làm trò”, tỷ xuất trở lại cao đến 8%.

XỔ SỐ BANG DE

Trước đây căn cứ vào những tin xấu mà mức tiền thưởng giảm xuống, xổ số bang DE trở thành một trong số ít các doanh nghiệp không những

không có sự tăng trưởng mà còn không ngừng bị trượt dốc. Trong khoảng thời gian từ 1996 đến năm 1997 hầu như mỗi tuần bị tổn thất đến 10 triệu đô la. Để cứu vãn tình thế khó khăn này họ đã nghiên cứu phương thức vận dụng tiền thưởng cho người thắng cuộc. Phần thưởng là một xe tải nhỏ mới toanh, loại xe được sản xuất với số lượng hạn chế.

TRUNG TÂM BẢO VỆ SỨC KHOẺ PACIFIE CARE

Phân tích các số liệu nội bộ của Pacific Care ở Cypress bang Jia phát hiện ra rằng: Giá thành đầu tư cần thiết cho một khách hàng mới gấp 3 lần cho khách hàng cũ của trung tâm. Vì vậy họ tích cực tiếp xúc với một số khách hàng đã ra đi để tìm nguyên nhân. Ví dụ nhân viên đưa ra đơn thuốc thiếu phần xoa bóp cột sống. Chính đơn thuốc điều trị này đã hạn chế việc quay trở lại của khách hàng.

CÔNG TY HÀNG KHÔNG ANH QUỐC

Đối với công ty hàng không Anh Quốc British Airways, nếu không giải quyết ngay những thắc mắc của khách hàng thì kết quả việc mua bán sẽ tụt xuống 6 phần. Vì vậy họ đã sáng lập ra hệ thống phân tích khách hàng và sự quay trở lại của khách hàng. Hệ thống này đi qua 13 bước chuyên giải quyết những thắc mắc của khách hàng, nhưng

trong đó chỉ có mục thứ 10 thực sự lôi kéo được khách hàng. “Tuần San Sản Nghiệp” đã chỉ ra: Nếu mọi thắc mắc liên tục được đưa lên báo mười hai tuần và mọi việc đã được giải quyết triệt để. 80% khách hàng biểu lộ ý nguyện sẽ quay lại sử dụng dịch vụ của công ty hàng không này.

CÔNG TY KẾ TOÁN THUẾ VỤ EGGLESTON SMITH P. C

Công ty kế toán thuế vụ Eggleston Smith P.C. dò hỏi ý kiến khách hàng theo cách “có mùi lại có vị” khiến cho khách hàng có ấn tượng sâu sắc. Sau khi bàn bạc đưa ra ý kiến khách hàng đều nhận được thiệp cảm ơn của công ty gửi đến. Cảm ơn về sự lựa chọn của họ, ngoài ra còn “nhấn mạnh” tôn chỉ của mình: “100% khách hàng hài lòng”, cho nên yêu cầu khách hàng ghi vào bảng điều tra ý kiến, còn kèm theo trong đó một băng giấy “Bánh bích quy vận may”, trên băng giấy viết tay đó có thể có câu đại loại như: “có được ngài là vận may của chúng tôi”.

CÔNG TY ĐỒ DÙNG THỂ THAO WILSON

Công ty đồ dùng thể thao Wilson Chicago chiếm khoảng 50% thị trường lưới bóng rổ toàn nước Mỹ, làm thế nào đạt được thành tích như vậy? Tim Baugh, giám đốc công ty cho biết: Chủ yếu là quan sát kỹ lưỡng khách đến cửa hàng và lắng nghe

những nhu cầu của họ. Ông còn nói trong “Tuần san sản nghiệp” rằng: Nếu bạn chỉ ngồi trong văn phòng suốt từ sáng đến tối xem xét số liệu, đọc báo cáo bạn sẽ không cảm nhận được suy nghĩ tình cảm sau hành vi mua bán, đây chính là nguồn động lực khiến họ quyết định mua hay không, đồng thời nghĩ đến sản phẩm của bạn.

HÃNG CHẾ TẠO MÁY MÓC TƯ LIỆU CẤP CỨU PHYSIO - CONTROL

Physio - Control, hãng chế tạo máy móc tư liệu cấp cứu ở thành phố Redmond bang Washington thông qua tọa đàm với người tiêu dùng và các loại hội nghị, thu nhập những yêu cầu, kiến nghị, cảm tưởng sử dụng của khách hàng; hơn thế nữa, đem những thông tin này áp dụng vào quá trình thiết kế chế tạo sản phẩm thời kỳ đầu. Công ty này còn những kế hoạch cải tiến khác nữa như cung cấp cho khách hàng kiến thức thông qua giáo dục huấn luyện miễn phí, cũng như họ đã cung cấp nhiều hộ lí, y vụ viên, nhân viên hộ lí cấp cứu khác.

HÃNG CHẾ TẠO VẢI SỢI TỔNG HỢP SEAMAN

Hãng chế tạo vải sợi tổng hợp Seaman ở Wooster bang Ohio đã làm cho sự chú ý của khách hàng tăng lên gấp bội, khiến cho những thành quả thu được ngày càng nâng cao. Công ty này đã dùng

máy bay riêng đưa khách hàng tới xưởng của mình, tiến hành học tập giải trình suốt một ngày với mục đích là kết hợp chặt chẽ năng lực của công ty với yêu cầu của khách hàng. “Chúng tôi đã mời 40 đến 50 vị khách tới đây”, Richard Seaman CEO (giám đốc kinh doanh) nói như vậy, “trước kia, một năm trở lại đây khách tham quan chỉ có 4 đến 5 người”. Kết quả là sự tăng trưởng của doanh nghiệp lên 50%.

NGÂN HÀNG BANCO BRADESCO

Banco Bradesco lợi dụng khách hàng từng bước để sản sinh ra những sản phẩm mới. Một xí nghiệp cỡ nhỏ mong muốn có công cụ hỗ trợ xử lý lưu lượng tiền mặt, công ty đã phát triển cho ra một bộ phận phần mềm, mà hiện nay khách hàng sử dụng nó có đến hàng ngàn người. Một câu hỏi thăm dò khác của khách hàng đã gợi cho họ sản xuất ra thẻ tự động rút tiền chuyên cung cấp cho công nhân viên chức dùng để lĩnh lương.

CÔNG TY KINH DOANH TIÊU THỤ TRỰC TIẾP WINTER SILKS

Winter Silks hăng tiêu thụ trực tiếp thương phẩm chủ yếu là trang phục bằng tơ lụa đã thành lập chuyên tuyến miễn trả phí, để khách hàng tùy ý biểu đạt ý thích của mình đối với việc đánh giá phục vụ sản phẩm của công ty. Ví dụ như : Khách

hàng kêu ca về phí vận chuyển chiếm tỷ lệ trong tổng ngạch cố định mua bán tính toán không hợp lý, công ty liền dễ dàng phục thiện nghe theo lời phải cải tiến tính giá lấy trọng lượng làm cơ sở. Ngoài ra, những lời mách bảo của khách hàng cũng đã khiến họ ghi trên bao bì sản phẩm càng tỉ mỉ hơn, kích thước cũng chỉnh tề hơn.

KHÁCH SẠN HOA VIÊN VÀ CÂU LẠC BỘ ĐỒNG QUÊ

Khi khách hàng giành thời gian quý báu trao đổi về cách suy nghĩ của họ thì bạn phải nhớ cảm ơn họ. Đó là câu chuyện về khách sạn Hoa Viên và câu lạc bộ đồng quê nổi tiếng ở thành phố Asheville bang Bắc Kalnolaina. Trên “phiếu ý kiến” có yêu cầu khách hàng khen chê công nhân viên chức kèm theo một thư cảm ơn của phó tổng giám đốc điều hành ký tên. Trong thư cho khách hàng biết do sự tiến cử của họ công ty sẽ phát phần thưởng cho công nhân viên chức đồng thời cũng chân thành mong muốn khách hàng nhanh chóng trở lại.

CÔNG TY DISNEY

Cũng làm như vậy, công ty Disney thông qua phiếu thăm dò dự tính tìm hiểu mức độ phục vụ của khách sạn Lạc Viên của Disney trong con mắt khách hàng cuối cùng ra sao. Thủ pháp khuyến khích khách hàng giành thời gian ghi vào phiếu

thăm dò của họ là trong thư cảm ơn, kèm theo một phiếu dự thưởng, trong vòng 2 tuần gửi phiếu thăm dò và phiếu dự thưởng về bạn sẽ được tham gia “rút thăm có thưởng”. Người được thưởng sẽ giành được bốn suất nghỉ hai đêm kèm theo bữa sáng tại khách sạn Lạc Viên Disney, đồng thời cũng được miễn phí vào Lạc Viên Disney. Còn công ty vụ này sẽ thu được tin tức thăm dò quan trọng.

Ô TÔ GENEREL MOTOS

Thiết bị OnStar của Ô tô Generel Motos đã lợi dụng hệ thống thông tấn điện thoại tự động và kỹ thuật định vị qua vệ tinh toàn cầu để duy trì liên lạc với chủ xe ở bất kỳ đâu và bất kỳ lúc nào. Lấy một ví dụ: khi túi khí an toàn trên xe vừa bật mở, công ty liền lập tức gọi điện hỏi người lái xe có bị thương không, nếu có họ lập tức phái người đến cứu viện. Phương pháp sử dụng rất đơn giản, chủ xe chỉ cần sau khi khởi động xe gọi điện thoại thông báo cho thông tấn mở ở Oustar có lắp đài phục vụ chuyên nghiệp, có thể đặt vé hoặc hẹn trước với khách hàng và một số hoạt động khác nữa.

CÔNG TY TIÊU THỤ TRỰC TIẾP LOA ĐÀI BOSE

Bose phát triển nhãn mác sản phẩm loa đài toàn cầu của mình bằng hai con đường: tìm hiểu khách

hàng bằng phỏng vấn điều tra riêng biệt và quan sát trực tiếp. Trước đó công ty không hy vọng làm được vấn đề phỏng vấn điều tra một cách nghiêm ngặt cẩn thận. Sau đó Bose cẩn thận quan sát tỷ mỉ quá trình lắp đặt loa đài của khách hàng, thậm chí còn có thêm Camera nhờ vậy mà không ngừng cải tiến hoàn thiện sản phẩm.

LIÊN THÔNG MỸ QUỐC

Khi liên thông Mỹ Quốc muốn mở rộng cửa hàng đặt thẻ liên thông. Kết quả trưng cầu ý kiến khách hàng cho thấy: cứ ba tháng tổng kết từng khoản của người cần thẻ kèm theo một tờ biểu mẫu để ghi tên họ và hy vọng họ có thể sử dụng cửa hàng thẻ liên thông này. Dem tờ hỏi đáp gửi về công ty, liên thông Mỹ Quốc lấy đó làm căn cứ mở ra cửa hàng riêng mới, thỏa mãn sự mong đợi của khách hàng.

ĐỂ CHO KHÁCH HÀNG NƠI LÒNG OÁN TRÁCH

Stephen Tax và Stephen Brow nêu trong tờ "Bình luận quản lý Slaon" 4 điểm tuyệt diệu để làm cho khách hàng không oán trách:

1 - Thuê chuyên viên huấn luyện, xử lý bổ khuyết những thiếu sót kê hờ trong phục vụ.

2 - Đặt mục tiêu phục vụ công bằng và làm cho khách hàng hài lòng.

3 - Tạo điều kiện thuận lợi để khách hàng có thể

trình bày những kiến nghị của mình.

4 - Ghi lại những điều than phiền này và giải quyết ổn thỏa, tốt đẹp.

HÃNG CHẾ TẠO PHẦN CỨNG LIÊN KẾT MẠNG CABLETROUGH

Một doanh nghiệp có sự chuyển biến hàng ngày Cabletrough ở Luocheqite bang Xinhanpuxia lợi dụng trang web, không ngừng trưng cầu ý kiến về ý tưởng cấu thành sản phẩm mới. Kim ngạch hãng này đến 13 triệu đôla, là công ty chế tạo phần cứng liên kết mạng, nghiên cứu phân tích khả thi của từng ý tưởng cấu thành. Sau đó áp dụng biện pháp trưng cầu ý kiến và đánh giá của khách hàng.

MOTOROLA

Phương pháp tìm hiểu tình hình sử dụng của khách hàng của Motorola là: Cùng với khách hàng thảo tác. Ví dụ: Năm 1998 mức doanh thu của công ty là 290 triệu đô la, công nhân viên chức bộ phận sản phẩm thông tin khẩn cấp đã cùng làm việc suốt cả ngày với cảnh sát Chicago. Số công nhân viên chức này không những vì thế mà tìm hiểu được sản phẩm do mình sản xuất ra được khách hàng sử dụng như thế nào mà còn học được một bài học quý báu không thể nào quên “Tính tin cậy của sản phẩm ảnh hưởng đến sự sống, cái chết”.

CÔNG TY ĐỒ DÙNG VỆ SINH CÔNG NGHIỆP NEW PIG

New pig Corporation ở Tipton lợi dụng quá trình khách hàng lập đơn hàng khai thác thêm những nhu cầu về chiều sâu của họ. Xí nghiệp chế tạo đồ dùng vệ sinh công nghiệp này đã đem mỗi đơn đặt hàng đối chiếu với kho tư liệu gọi là pit, mỗi khi khách hàng có ý kiến với sản phẩm hoặc có mong muốn nào khác họ liền trực tiếp đưa vào pit. Bởi vậy khi công ty yêu cầu một ý tưởng cấu thành mới họ luôn luôn có linh cảm sẽ khai thác từ trong đó.

“Khi khách hàng gọi điện tới, chuyên viên phục vụ của chúng tôi không chỉ nắm được đơn hàng là xong”. Tổng giám sát phát triển, ông Dong Laplante nhấn mạnh “cái mà họ đang thật sự làm là tìm ra vấn đề của khách hàng còn chưa được giải quyết, đó chính là điểm mấu chốt trực tiếp làm cho sản xuất ra sản phẩm mới”.

CƠ CẤU DỊCH VỤ TIỀN TỆ USA

USAA (United Servicer Automobile Association) là cơ cấu dịch vụ tiền tệ được thiết lập cho quân nhân tại ngũ và về hưu. Nó vận dụng hệ thống ECHO để thu thập ý kiến khách hàng. Khi khách hàng gọi điện đến, đại diện nghiệp vụ điện thoại chỉ cần ấn xuống một phím, tức thì chạy ra một tờ

biểu mẫu ECHO (Every Contact Has Opportunity- mỗi tuần nối máy thông thoại không hạn chế), tư liệu cơ bản đều được in ra hoàn hảo, chỉ lưu lại cột mục ý kiến khách hàng. Nhân viên nghiệp vụ chỉ phải đánh máy lời bình của khách rồi chuyển đến cho nhóm hành động chuyên môn. Thông qua hệ thống này mỗi tuần nhận được khoảng 1500 ý kiến hện ước của khách hàng.

CÔNG TY ĐIỆN GIA DỤNG MAYTAG

Công ty Maytag cử nhân viên nghiên cứu đến ở trong nhà một số khách hàng, ghi chép phương thức sinh hoạt của khách hàng. Những nhân viên nghiên cứu này sau khi tìm ra mô hình mới phù hợp. Maytag sẽ căn cứ vào đó để chế tạo những tính năng và sản phẩm điện gia đình kiểu mới. Ví dụ như tủ lạnh đặt trên xe hoặc bên cạnh ghế sofa.

XU HƯỚNG CHỦ YẾU CỦA GIÁ TRỊ VS LẬP TRƯỜNG KHÁCH HÀNG

Tất cả các xí nghiệp đều từ các loại giá trị phụ gia hội tụ mà thành, cố vấn và là tác gia James Martin gọi nó là xu hướng chủ yếu của giá trị. “Đó là một chuỗi các hoạt động có liên quan mật thiết với nhau, điểm cuối cùng là sáng tạo lợi ích cho khách hàng”. Martin giải thích “Mục tiêu của xu

hướng chủ yếu của giá trị rất rõ ràng, đó là để cho khách hàng được thoả mãn. Càng lí tưởng càng làm cho họ cảm thấy khoái trá “tìm ra xu hướng chủ yếu của giá trị và của bạn, đồng thời thử đứng trên lập trường của khách hàng thì sẽ thấy “đã tốt còn muốn tốt hơn”.

QUÁN CAFE UNION SQUARE

Tạp chí “Khách New York” đưa tin đầu tiên về quán Cafe Union Square ở thành phố New York rằng, họ đã sử dụng những thông tin tư liệu của khách hàng, hoàn toàn không giống các nơi khác. Mỗi lần có nhu cầu thuê công nhân viên mới làm việc tại hiện trường, quán này đều trưng cầu ý kiến của khách hàng. Nhờ tiến cử và bằng con đường này họ đã nhận được gần 200 thư tiến cử và cũng từ đó họ đã thuê được 25 nhân viên. Điểm quan trọng là: Nói đến phục vụ bạn cho rằng ý kiến của ai là rất quan trọng?

CỬA HÀNG CHUYÊN MÔN DỤNG CỤ BẢO DƯỠNG BATH & BODY WORKS

Cửa hàng liên doanh tiêu thụ bán lẻ Bath & Body works hấp dẫn khách hàng không ngừng sử dụng dụng cụ bảo dưỡng cá nhân thuần túy thiên nhiên của nó bằng thủ pháp sau đây: Nhất định phải để cho khách hàng trước khi bỏ tiền ra mua

một thứ sản phẩm nào đó có được cơ hội dùng thử. Cửa hàng này đã đi theo con đường “gần dân chúng, xa máy móc” động viên công nhân viên chức tích cực đi dạo phố, trên các thị trường mua bán, không nên suốt ngày trốn sau máy thu tiền.

Armen Kabodian trong tác phẩm nổi tiếng “Khách hàng luôn luôn đúng (The Customer is always right) chỉ ra rằng” trong 10 hạng mục, thành công của ý tưởng cấu thành sản phẩm mới thì 8 mục đến từ phía khách hàng”.

CÔNG TY HÀNG KHÔNG TÂY NAM

Công ty này rất coi trọng vấn đề tiếp xúc gần gũi với khách hàng. Dựa theo ý kiến phản hồi của khách hàng mà chương trình “khách hàng thường xuyên của hãng được điều chỉnh liên tục. Chẳng hạn, khách hàng yêu cầu và nhận được các phần thưởng của “Khách hàng thường xuyên” cho trẻ em là một vé máy bay miễn phí sau 8 lần bay, chứ không phải 10 lần bay như trước đây. Trong tờ tạp chí dành riêng cho hành khách xem trên máy bay, phần lớn nội dung nói về chương trình “khách hàng thường xuyên” và các thành viên của chương trình. Các bài phỏng vấn và các câu chuyện về thành viên gây cảm hứng cho người đọc. Ngoài ra, tất cả các hội viên trong những ngày lễ tết đặc biệt đều nhận được thiệp chúc mừng kể cả sinh nhật và ngày nghỉ.

BÁO HÀNG NGÀY

Báo hàng ngày của Virginia biết rõ cần phải giữ vững mối liên lạc mật thiết với bạn đọc thì mới có thể liên tục phát triển quan hệ nghiệp vụ của cả hai bên. Vì vậy tờ báo này mở ra rất nhiều hoạt động đối ngoại, ví dụ như hội nghị viên chức một ngày 2 lần, hội nghị chủ biên một tuần một lần, hội nghị bộ phận tin mới mỗi tuần một lần. Không thể như trước đây, khi cần thiết, họ sẽ cử một viên chức đến gặp mặt bạn.

THỎA MÃN NHU CẦU KHÁCH HÀNG

NHÀ XUẤT BẢN SIMON & SCHUSTER

Một khi biết được khách hàng cần gì, muốn gì thì hãy đem đến cho họ. Trước đây một khi gặp được sách “tuyệt bản” khách hàng lưu lại ấn tượng mãi không thôi, hiện nay vấn đề không tái hiện nữa. Rất nhiều nhà xuất bản biết lợi dụng tiến bộ khoa học kỹ thuật để loại trừ mọi phiền nhiễu tạo thành những thuận tiện cho khách hàng, Simon & Schuster là một trong số đó. Ông đã thiết lập “Trung tâm sản xuất yêu cầu” đáp ứng bất kỳ khách hàng nào có nhu cầu. Trung tâm ấn loát tốc độ cao này mỗi năm in ra chừng 150 vạn cuốn thư tịch số lượng tối thiểu thậm chí chỉ có một cuốn.

CHUỖI CỬA HÀNG TIÊU THỤ BÁNH PIZZA

Bao bì mới của cửa hàng liên doanh tiêu thụ bánh pizza sử dụng loại vật liệu “xuyên thời đại” giá thành cao ngất, ước giá trị 90 đôla, khi để lưu kho những bao bì mới này còn phải cải tạo lại trang thiết bị của cửa hàng, chi phí mỗi cửa hàng lên tới 4 000 đôla. Làm những gì mà tổn phí kinh khủng thế? Đó là vì mục đích làm cho khi đưa bánh pizza đến tay khách hàng vẫn còn nóng hôi hổi như khi vừa mới ra lò. Trên thực tế loại bao bì mới này có thể giữ được pizza nóng đến 170°. Cho nên trước đó bạn phải để cho nó nguội đi một chút thì mới khỏi bị bỏng tay.

CÔNG TY ĐỒ DÙNG BỮA ĂN PFALTZGRAFF

Công ty Pfaltzgraff sản xuất các loại đĩa tinh xảo, giá cả hợp lý và bán ra đồng bộ. Nhưng không may người tiêu dùng không cẩn thận làm vỡ một hai cái thì làm thế nào đây?

Khách hàng không phải thu nhặt cho đủ số của bàn ăn bày ra cũng không cần phải mua một bộ mới. Chỉ cần một cú điện thoại miễn phí dịch vụ 800 đến với công ty này, tức thì có thể trực tiếp mua được những thương phẩm đơn chiếc mà bạn cần tìm.

HIỆU ĂN INTER CONTINENTAL

Thường có những khách hàng đã oán trách với thời gian nghỉ ngơi khi uống cafe. Thế là hiệu ăn Inter Continental của Foluolida Yuami liền nhằm vào những khách hàng tham gia hội nghị, cung cấp mọi sự lựa chọn, có thể sắp xếp thời gian “đứng dậy vươn vai” “giải tỏa áp lực” trong và trước hội nghị kèm theo có các loại điểm tâm như hoa quả trái cây yêu thích.

BÁC SĨ HANSEN

Bác sĩ Hansen ở Fullerbon bang Jia bằng thủ pháp có cấu từ đặc biệt cải thiện những âm thanh đáng sợ do dụng cụ khoan đục răng mang lại. Người bệnh có thể đeo tai nghe và đeo kính nhìn cảnh thực ở đó mà thưởng thức điện ảnh hoặc giống như biểu diễn ánh sáng lade, có âm nhạc đủ để họ quên đi việc khoan đục răng mà chính mình đang phải chịu đựng.

ÔTÔ FORT

Travel Note của ô tô Fort làm cho lý tưởng của những tay lái mong muốn chuyên tâm lái xe thành sự thực. Trang bị ngoại ngạch này do Johnson Controls sáng chế và phát triển, hiện nay có thể lắp trên các xe Explores Mercury, Villagers và Mountaineers. Đó là một máy ghi âm kỹ thuật số

lắp đặt bên cạnh ghế ngồi lái. Có thể ghi những thông tin dài đến 3 phút. Như vậy, khi người lái đang ngồi lái xe, sẽ không cần bận rộn liều lĩnh đi tìm giấy bút. Trang bị này đối với nhiều xe, nhiều người thay phiên nhau lái thì lại càng tiện lợi, bạn có thể lưu lại lời nói giao cho người lái thay bạn sau đó, dặn anh ta tiện thể mua gói mỳ địa phương mang về nhà.

ÔTÔ SAAB

Ôtô Saab của Thụy Điển cũng như vậy, lấy nhu cầu của khách hàng làm cơ sở, tổ hợp chất sinh ra tính năng mới. Gần đây, nó phát sinh ra một hệ thống đầu cố định để bảo vệ cho người lái khi trên đường nếu bị chấn động bất ngờ. Vì vậy khi người lái xe mà bị va đập mạnh, đập vào ghế ngồi thì phần đầu phía sau gáy trang bị cố định sẽ tự động vươn về phía trước và phía trên đỡ lấy phần đầu của người lái, phòng chống chấn thương phần cổ. Còn làm thế nào để giữ được đồ uống mát lạnh? Phía trước ghế ngồi bên tay phải đặt một thiết bị giữ lạnh kiểu như cái hòm nhỏ; điều đó nói lên rằng Saab đã tính toán kỹ lưỡng cho khách hàng không chỉ có sự an toàn mà thôi.

ÔTÔ MITSUBITSHI NHẬT

Ôtô Mitshubitshi của Nhật Bản để người tiêu

dùng coi trọng những tiến bộ kỹ thuật mà tự nguyện lựa chọn đặc tính của nó, hệ thống không chế định tốc độ điều chỉnh tự động bên trong xe. Khi bạn không có cách gì để vượt xe một cách an toàn thì nó sẽ tự động giảm tốc độ bằng radar.

ÔTÔ BMW

Hãy nhìn xung quanh xem các hãng xe toàn cầu. BMW của Đức hiện nay đã có thiết bị điện tử ổn định (Electronic Stability Program - ESP). Thiết bị này sử dụng bộ cảm ứng dao động đa chiều để báo cho người lái nếu vào “cua” vượt tốc độ lập tức máy tính điện tử trên bảng đồng hồ sẽ thông qua van tiết lửa và hệ thống khẩn cấp tự động làm những thao tác điều chỉnh cần thiết.

CÔNG TY CHO THUÊ XE HECI

Tiến bộ khoa học kỹ thuật của Heci, công ty cho thuê xe ô tô hàng đầu thế giới đã làm cho đối thủ càng nhìn thấy bụi sau xe trước mà hậm hực. Tiền mua mỗi ngày khoảng 6 đôla khách hàng có thể thuê xe có trang bị “không lạc đường” (Never Lost) (hệ thống định vị qua vệ tinh toàn cầu do Magellan sản xuất lấy mác Path Master). Thiết bị Never Lost có thể làm cho xe hỗ trợ người lái xe đi đến đích. Cuối cùng, ngoài ra hệ thống dẫn đường của 24 vệ tinh trên quỹ đạo địa cầu có thể bắt được vị trí tức

thời xe đang chạy để cho người lái qua màn huỳnh quang trên bảng đồng hồ chỉ liếc qua cũng đã thấy rõ.

CÔNG TY HÀNG KHÔNG MỸ QUỐC

Mọi người đều muốn xem những tiết mục điện ảnh truyền hình yêu thích nhất. Vì vậy trong số các tiết mục mà hãng hàng không Mỹ Quốc lựa chọn lại tăng thêm một cái “CBS Eye on American”, hạng mục phục vụ này cung cấp những băng hình tiết mục truyền hình trên máy bay gồm có: “60 phút” của CBS.

HIỆU SÁCH INGRAM

Đương nhiên là hiệu sách nào cũng hy vọng lôi kéo được khách hàng, nhưng thường thường không có cách gì gánh vác cái giá thành cao ngất của những bản tóm tắt tuyên truyền hoa mỹ. Hiệu sách Ingram hiểu biết rất sâu sắc về điều này. Nó đã lựa chọn một số sách của mấy lĩnh vực như thương nghiệp, tôn giáo, theo mùa, theo năm để phân chia chế tác ra bản mục lục hoa mỹ. Những mục lục này ghi giá thấp nhất và có thể căn cứ vào tùy tiện của khách hàng. Đối với một công ty buôn bán chịu ảnh hưởng bởi cái hầu bao của khách hàng thì đây đích thực là một ý tưởng cấu thành rất hoàn mỹ.

CỬA HÀNG LIÊN DOANH NUÔI CHIM HOANG DÃ WILD BIRDS

Cửa hàng chuyên bán hàng đặc biệt Wild Birds đã giải quyết cho khách hàng cái khó khăn là không có chỗ để một lượng lớn thức ăn cho chim. Cửa hàng đã dùng biện pháp rất đơn giản. Nếu đã đến thời kỳ phải mua thức ăn cho chim, bạn đến chỗ bán đặc biệt này mua bao khoảng 20 - 50 bảng, công ty này sẽ bảo quản cho bạn ngay tại cửa hàng, và miễn phí theo dõi tình hình sử dụng của bạn. Điều đó làm cho khách hàng khoan khoái thỏa mãn và liên tục đến cửa hàng.

HÃNG CHẾ TẠO BẬT LỬA QIBO

Chúng tôi đã từng đặc biệt thổi phồng sự đảm bảo kiệt xuất của hãng chế tạo bật lửa Qibo.

Hãy xem hiện nay người hút thuốc đang giảm dần, lại nữa, thứ bật lửa dùng xong vứt đi ngày càng được hoan nghênh, công ty này không chỉ đứng sừng sững, thậm chí còn có khả năng kiếm nhiều tiền. Có phải bạn cảm thấy khó hiểu? Cái chính là vì hãng đã quan sát rất kỹ người tiêu dùng, tìm hiểu người sưu tầm đồ cổ đối với chiếc bật lửa mà hãng đã sản xuất một cách hứng thú. Công ty này liền lập tức dốc toàn lực tranh thủ những người sưu tầm đồ cổ, sản xuất bật lửa loại hạn chế số lượng có giá trị làm kỷ niệm. Gần đây có một chiếc bật lửa của loạt Thiên hỷ sản xuất

bằng vật liệu rất kỳ diệu, chỉ sản xuất có 10 vạn chiếc. Cho đến nay người mua bột lửa Qibo có đến trên 3 phần là những người sưu tầm đồ cổ.

KHÁCH SẠN CHARLES

Đối với những vị khách tuyệt vời, khách sạn Charles ở Boshidun bang MA không chỉ đưa ra phương án khuyến mãi quà tặng khách hàng để kích lệ mà còn dò hỏi xem họ muốn có thứ quà tặng như thế nào, thông qua đợt thăm dò này hội viên DGP không còn phải xếp hàng đăng ký phòng nghỉ. Trong phòng đặt của những khách hàng này, khách sạn còn chuẩn bị sẵn áo choàng tắm riêng có thêu tên của họ đồng thời nhà ăn của khách sạn cũng đặt sẵn chỗ ngồi mà họ ưa thích. Tất cả những việc làm trên nhằm mục đích làm cho khách hàng cảm thấy hài lòng vì những mong muốn của họ đã được thực hiện.

HÃNG CHẾ TẠO ĐỒ GỖ WONDERWOOD

Cần phải xử lý như thế nào với những khiếm trách của khách hàng. Hãng chế tạo đồ gỗ Wonderwood ở Deland bang Florida đã quyết định hỏi lại khách hàng ngay tại cửa hàng xem họ cần gì và làm thỏa mãn ngay những yêu cầu của họ. Ông giám đốc tài chính công ty Ed Hurston nói với tạp chí "Xi nghiệp" cái chính sách đi thẳng vào đề

này đã làm cho tổng chi phí đền bù thiệt hại cho khách hàng một năm của công ty từ 5 vạn đôla tụt xuống còn 2 000 đôla.

CÔNG TY BÁCH HÓA DILADE

Nếu bạn không tìm được hệ thống siêu thị ở Dilade, thì xin mời bạn đến gặp Midd để thử hàng muốn mua. Midd là tổng giám sát bộ phận thông tin tư vấn thương phẩm của Dilade. Tùy ý bạn cứ hỏi bất cứ một nhân viên nhà hàng nào, họ sẽ chỉ cho bạn. Midd có thể chọn lọc trong tất cả các thương phẩm ở hơn 340 nhà hàng buôn bán của Dilade để tìm được mặt hàng bạn yêu cầu, sau đó họ sẽ gửi cho bạn. Nếu tổng giá trị sản phẩm vượt quá 25 đôla, Midd sẽ miễn phí vận chuyển.

HIỆU ẨM XIERDUN

Sức khỏe đối với bạn có quan trọng không? Cửa hàng ăn uống Xierdun khởi nghiệp tại Folishan bang Jia đang lắng nghe phản ánh của bạn. Trước mắt họ đang cho thử nghiệm một số phòng khách đặc biệt. Trong phòng có sẵn một bộ dụng cụ tập thể thao như băng chuyền thể thao, xe đạp chậm, băng ghi hình thể thao, điểm tâm sức khỏe, kể cả một tờ tạp chí “Khỏe đẹp”. Bạn không cần phải trả thêm tiền. Thế bạn cho rằng một môi trường không áp lực là như thế nào? Xierdun cũng đang cho thử

nghiệm một phòng như vậy. Trong phòng, họ cho thiết kế tiếng nước chảy róc rách, ghế ngồi massage, hộp khí thơm, một tấm đệm đặc biệt, băng hình Yujia, màn che ánh nắng mặt trời, tất cả những thứ đó không thu thêm phí ngoại ngạch.

CÔNG TY THỰC PHẨM CANTEEN

Công ty buôn bán thực phẩm và đồ uống lớn nhất toàn nước Mỹ, sau khi tiến hành thăm dò ý kiến những người có ấn tượng không tốt với thương phẩm mà họ buôn bán, đã bắt đầu, bắt tay hợp tác với một số hãng thực phẩm ăn nhanh nổi tiếng như Sanmingzhi của Blimpie, thịt chó của Nothan. Họ cũng dự tính mở thêm cửa hàng thực phẩm mới do cửa hàng liên doanh nổi tiếng toàn nước Mỹ chịu trách nhiệm cung cấp thực phẩm nóng, nguội, tươi mới.

LIÊN THÔNG MỸ QUỐC

Liên thông Mỹ Quốc đã biết được nguyên nhân họ bỏ lỡ mất thị trường bộ phận là do họ yêu cầu khách hàng cần thẻ hàng tháng phải nộp lại để thanh toán tiền.

Cho nên họ đã cho phép kéo dài thời hạn lựa chọn trả tiền. Người cần thẻ có bất kỳ một khoản nào vượt quá kim ngạch 100 đô la, đều có thể chuyển thành sổ nợ Optima liên thông Mỹ Quốc, sau đó lựa chọn định

kỳ trả lợi. Đồng thời họ cũng thiết lập “sổ mua hàng đặc biệt”. Bất kỳ một khoản giao dịch đơn lẻ trên 350 đô la đều có thể kéo dài thời hạn trả nợ.

CÔNG TY MÔI GIỚI NHÀ ĐẤT HAMPTONGLEN

Tỷ lệ tiếp tục hợp đồng thuê nhà của công ty HamptonGlen ở Henrico bang Virginia rất cao, bởi vì họ hoàn toàn đáp ứng các nhu cầu của khách hàng để cho mọi người cảm thấy được đón tiếp rất mực chu đáo. Gần đây, họ được nhập một chứng thực, người chứng thực nhận được “Khu vực này không có tội phạm” hàng đầu toàn bang. Mục đích của chứng thực này là “đuổi sạch các hoạt động phi pháp ra ngoài khu nhà đất cho thuê? Nội dung chứng thực bao gồm huấn luyện đơn vị thẩm tra việc thi hành pháp luật trong khu vực, nâng cao biện pháp an toàn như tăng cường khóa và trụ cửa phòng trộm, đèn cửa lớn chiếu sáng an toàn, “con mắt” phòng trộm.

BÁC SỸ BURDEN

Nếu muốn giữ được khách hàng thì không nên làm cho họ bị tổn thương! Bác Sĩ Burder ở Williamsburg bang Virginia đã đề ra tôn chỉ này, ông tìm ra biện pháp chữa bệnh răng sâu bằng hệ thống ăn mòn bằng không khí Micro Prep kỹ thuật khoa học cao, không cần phải dùng khoan điện hoặc kim dài. Ước tính trên toàn nước Mỹ có đến 1 triệu người mắc

chứng bệnh rất sợ này, bác sĩ nha khoa muốn chữa được bệnh cho họ có thể là một việc làm biết nhìn xa trông rộng.

KHU NGHỈ NGƠI FORD'S COLONY

Những người chơi Goll đều rất thích thổi phồng quả bóng của mình để đánh đi xa hơi, nhưng có ai biết thực tế nó bay được bao nhiêu mét? Hiện nay đến khu nghỉ của Ford's Clony bang Virginia có rất nhiều sân chơi goll đã cho phép xe bóng goll đo vận tốc bóng bay cho bạn! Toàn nước Mỹ có khoảng 200 xe bám sát bóng để đo vận tốc các sân goll trên có thiết bị điện tử, Ford's colony là một trong số đó. Hệ thống thiết bị này định vị nhờ vệ tinh toàn cầu. Sử dụng hệ thống này làm thiết bị dùng cho thông tin khẩn cấp còn có thể nghe được lời nhắn thậm chí sắp xếp một bữa ăn cũng chẳng có vấn đề gì?

CÔNG TY HÀNG KHÔNG UAL

Hệ thống Noisebuster của công ty hàng không liên hợp UAL đã cho ra đời hệ thống có thể khắc phục được vấn đề tạo âm trong khoang. Bộ hệ thống này hiện nay được dùng ở khoang đầu và khoang thương vụ. Hoạt động của hệ thống này là lợi dụng máy nghe triệt tiêu tạp âm để loại trừ tiếng động cơ, làm cho khách hàng có thể yên tâm, thoải mái hưởng

thụ âm nhạc, thưởng thức điện ảnh.

CÔNG TY HÀNG KHÔNG MỸ QUỐC

Hệ thống sóng âm 777 của hàng không Mỹ Quốc là phát minh mới dành cho khoang hạng nhất. Ghế ngồi của hành khách trong khoang này có thể nằm ngang, có bình phong ngăn cách riêng, giữa 2 ghế ngồi kề nhau có một tấm màn che, ngoài ra các thiết bị thông thường cũng có đủ như điện thoại vệ tinh, thiết bị giải trí âm thanh đỡ lưng kiểu điều chỉnh phía sau, có đầu cắm điện riêng cho từng người.

CÔNG TY HÀNG KHÔNG ĐẠT MỸ

Công ty hàng không Đạt Mỹ đã hết sức vì khách hàng nên đã cung cấp một không gian ngồi thoáng đãng “Không gian duỗi chân so với hàng không Anh Quốc đã tăng đến 52%, độ nghiêng so với hàng không Mỹ Quốc cũng lớn hơn 28°.” Ngoài lối đi hai bên, chỗ ngồi mỗi bên chỉ có 2 ghế ngồi. Cho nên hành khách ngồi giữa không đến nỗi bị vướng vấp phía trước hoặc, lúng túng khó xử, của mình không được, thêm nữa, còn có 5 món ăn tinh tế được trình bày tỉ mỉ đẹp mắt, cùng với Mỹ tửu đã được thưởng lớn trên thế giới.

Bạn đã từng cảm thấy khó hiểu, không biết tại sao những trò chơi tàn khốc ấy vĩnh viễn không được chuyển đến khoang kinh tế? 37% kim ngạch

doanh nghiệp của công ty hàng không đến từ các lý khách thương vụ có số dặm trình cao, số người này chỉ chiếm 6% trong toàn bộ số lý khách mà thôi.

CÔNG TY HÀNG KHÔNG ITALYA

Trong tất cả các công ty hàng không, chúng tôi lại yêu thích nhất là hãng hàng không Italya, mới cho ra đời khoang Maginfica class, trong khoang có bọc da ghế nằm có thể điều chỉnh độ nghiêng, còn có người lái chuyên thuộc phụ trách chuyển giao. Nhưng cũng có thể chỉ là tên gọi thế thôi, hãy để chúng tôi ngưỡng mộ trong lòng.

CÔNG TY HÀNG KHÔNG VIRGIN ATLANTIC AIRWAYS

Có lẽ có một số trò chơi nào đó, thật sự đã xuất hiện ở khoang kinh tế. Mỗi một hành khách trên chuyến bay tuyến hàng không ngang qua Đại Tây Dương của Virgin Atlantic Airways đều có một màn huỳnh quang riêng, lắp ngay trước mặt vị khách ngồi ghế hàng sau, còn kèm theo một bộ điều khiển từ xa, thao tác rất đơn giản. Bạn có thể chọn xem truyền hình, điện ảnh, thậm chí còn trò chơi điện tử trên vô tuyến.

CÔNG TY DỊCH VỤ CHỨNG NHẬN OMNI GUARD

Omni của New York đã giải quyết được nỗi lo lớn nhất của tất cả các nhà sưu tầm nghệ thuật

xác định tính thực giả của tác phẩm. Omni Guard cung cấp tư liệu để xác nhận tác phẩm, kể cả khi hoàn thành một tác phẩm nghệ thuật mới, kèm theo tiêu chí của phiên hiệu chứng nhận. Từ đó tới nay không chỉ người mua yên tâm mà đồng thời còn loại trừ được những cơ hội sao chép làm giả tác phẩm.

HÃNG CHẾ TẠO XE ĐẠP ZAP

Có rất nhiều người muốn thực hiện hành trình cùng xe đạp, nhưng không đủ sức để hoàn thành lộ trình quay trở về. Thế là ZAP ở Sabastopol bang Jia (Zeo Air Polution viết tắt là ZAP nghĩa là ô nhiễm khí trời) đã nghĩ ra xe đạp chạy điện. Ngoài việc sản xuất xe đạp chạy điện, ZAP cũng đã chuẩn bị cho xe đạp thông thường một hộp ắc quy có thể thay thế. Hình dáng loại thứ hai này không có gì khác xe đạp thông thường chỉ trừ vị trí sát bánh trước lắp một hộp ắc quy nhỏ nhỏ. Hiện nay ý thức về sức khỏe của công nhân ngày càng được nâng cao, cuộc sống của con người dần dần bị lão hóa. ZAP cho phép người đi xe đạp có quyền lựa chọn: phải thực hiện lộ trình hoàn toàn bằng sức lực của mình hay để chiếc xe đạp chạy điện với tốc độ 14 dặm/giờ giúp đỡ.

CỬA HÀNG TRANG PHỤC NAM GIỚI BROOKS BROTHERS.

Ngay cả cửa hàng trang phục nam giới Brooks

Brothers thận trọng cũng đã bắt đầu quan tâm đến những phản ánh của khách hàng để cải tiến sản phẩm của mình. Trước đây cửa hàng cũng đã nổi tiếng về âu phục, quần tây, sơ mi, ngay cả âu phục nghỉ ngơi cũng cắt bằng thứ vải thanh cao nhã nhặn, lịch sự, thiết kế cẩn thận để không bôi nhọ danh tiếng. Nhưng hiện nay họ đã mạnh dạn dùng màu sắc sặc sỡ, thậm chí cả ở trong một số cửa hàng ở đại lộ Maidixun thành phố New York, thật khó có thể tin được.

TẬP ĐOÀN TANG LỄ LIÊN DOANH NEWCOMER

Có lúc khách hàng rất muốn giá cả rẻ, tập đoàn tang lễ liên doanh Newcomer Family Funeral homes ở Topeka bang Kansasi là tập đoàn đầu tiên đưa ra chiết khấu giảm giá và đẩy nhanh tốc độ kinh doanh. Năm 1996, bình quân chi phí cho 1 đám tang khoảng 4.782 đôla thì Newcomer chỉ lấy 2 585 đôla, họ còn dùng quảng cáo truyền hình để phát đi những thông tin này. Đây là một điều từ trước đến nay chưa từng có.

-HÃNG HÀNG KHÔNG PRO-AIR-

Pro-Air khởi nghiệp tại Siyatu cũng dự định tham gia trận chiến giá cả cùng với các công ty hàng không hạng nặng đang muốn tranh giành thị trường này. Qua một cuộc điều tra họ nhận ra

rằng mức giá tính toán vé máy bay của Ditela là một trong mấy khu vực cao nhất nước Mỹ. Ở đây mở màn một cuộc lựa chọn tự nguyện, căn cứ vào tin tức của tạp chí “Xí nghiệp”, một chuyến bay hạ cánh, giá vé máy bay của họ so với các đối thủ trẻ hơn 582 đôla. Cũng vì vậy họ đã thành công trong việc giành lại thị trường.

NGÂN HÀNG TELEBANK

Nếu bạn có ý đồ lấy giá cả làm thủ đoạn cạnh tranh, thì khởi điểm tuyệt vời có thể ở chính trong khách hàng. Ngân hàng Telebank của bang Virginia đã không thành lập chi nhánh ở các nơi, không có máy rút tiền tự động, cái gì cũng không có. Cái duy nhất mà họ có là văn phòng lãnh đạo. Họ áp dụng hình thức trực tiếp gặp mặt khách hàng. Kết quả là giá thành của họ so với các ngân hàng thông thường khác rẻ hơn quá nửa. Thế là giá thành đã giảm, lợi tức tích lũy tương đối cao, thủ tục phí tương đối thấp, và họ thường mua quà tặng khách hàng của mình.

CÔNG TY TIÊU THỤ TRỰC TIẾP LAND'S END

Land's End đã thành lập “Câu lạc bộ mất gắng tay” cho các khách hàng trẻ tuổi.

Đúng thế! Như bạn đã tưởng tượng, tầng lớp khách này rất dễ để mất gắng tay. Nếu con cái nhà

bạn mua và làm mất đi một chiếc găng tay của Land's End, công ty này có thể bán cho anh một chiếc đó theo nửa giá của một đôi, đồng thời còn miễn phí vận chuyển cho bạn.

ĐO NGƯỜI ĐẶT LÀM CHO KHÁCH HÀNG TRANG PHỤC LEVI

Keo thách đố này tương đối có giá trị: Để cho mỗi khách hàng đều cảm nhận được rằng sản phẩm của bạn là thiết kế chuyên để cho họ. Trang phục Levi đã làm được điều này đây. Khách hàng có thể tự mình thiết kế. Chiếc quần bò Levi cho chính mình nhờ vào máy tính điện tử trong cửa hàng chỉ cần chọn trước kiểu dáng mà mình ưa thích rồi đưa kích thước thân thể vào hệ thống máy tính điện tử. Công ty này sẽ căn cứ vào những tư liệu để cắt may. Sau đó gửi cho khách hàng chiếc quần vừa số đo của khách.

CÔNG TY MUA BÁN TRANG PHỤC NỮ QUA BƯU ĐIỆN BOSTON PROPER

Trong đây còn có vài ví dụ tương đối dễ thực hiện. Boston Proper là công ty mua bán trang phục nữ giới qua bưu điện để cho khách tự lấy số đo của mình. Công ty còn giúp họ tìm được trang phục thích hợp nhất. Trước hết khách hàng tự lấy các kích thước, rồi gọi điện thoại đến Boston Proper. Căn cứ vào kích cỡ thực tế của khách hàng, nhân viên chuyên

phục vụ khách hàng sẽ giúp họ chọn kiểu dáng vừa, hợp nhất với khách.

CÔNG TY MUA BÁN QUA BƯU ĐIỆN NORM THOMPSON.

Công ty mua bán qua bưu điện Norm Thompson cũng đã làm việc cá nhân hóa thương phẩm ở một mức độ nào đó. Khách mua quần có thể yêu cầu sửa lại đôi chút, không phải trả thêm phí. Chỉ cần bảo với họ sửa chữa dài ngắn bao nhiêu, khi bước ra khỏi cửa hàng bạn đã có thể cầm theo một chiếc quần dài hoàn toàn hợp với thân hình.

BỘ DU LỊCH LIÊN THÔNG MỸ QUỐC

Bạn có dự định bố trí một cuộc du lịch bằng tàu bưu điện không? Bạn chẳng cần phải mất thời gian lật giở một đống sổ tay giới thiệu. Hãy lên mạng nhìn mua “tàu bưu điện trợ thủ nhỏ” của bộ du lịch liên thông Mỹ Quốc. Chỉ cần ghi đầy đủ thông tin vào một tờ câu hỏi những sở thích của bạn, họ sẽ tìm cho bạn con tàu bưu điện hoặc kỳ nghỉ lý tưởng nhất. Ngay cả với các phiếu thu chi, liên thông Mỹ Quốc cũng đã có những hoạt động xúc tiến tiêu thụ và ưu đãi với từng người. Hoạt động này gọi là Custom Extras, nhìn vào những ghi chép xoa thẻ vừa qua để cung cấp các hạng mục ưu đãi như chiết khấu nặng cấp, tặng phẩm... thậm chí

ngay cả tặng phẩm kích lệ miễn phí, liên thông Mỹ Quốc cũng đã cá nhân hóa. Bạn chỉ cần đăng ký gia nhập dịch vụ trên tuyến liên thông Mỹ Quốc thì bản thân bạn đã là một hạng mục dịch vụ miễn phí và bạn có thể nhận tặng miễn phí một năm tạp chí, có tất cả hơn 300 loại, tùy ý bạn lựa chọn.

NGÂN HÀNG ĐẠI THÔNG

Sao không hỏi khách hàng xem, họ muốn thời gian nào nhận được phiếu thu chi? Ngân hàng đại thông liền đưa ra cho người cần thẻ Cashbuilder Gold visa “quyền lựa chọn nộp phí của phiếu thu chi” khách hàng có thể tự mình quyết định thời hạn nộp khoản, xem ra đầu tháng, giữa tháng là tương đối phù hợp với tình hình lưu lượng tiền mặt của họ đấy!

MỸ PHẨM ELIZABETH ARDEN

Khách hàng của công ty bách hóa đang trong kỳ hoạt động xúc tiến tiêu thụ mỹ phẩm của Elizabeth Arden cũng được thừa hưởng những ưu đãi như vậy. Chỉ cần mua đủ kim ngạch 18,5 đôla thì có thể được chọn 5 trong 8 loại sản phẩm bao gồm: son môi, nước hoa, kem bôi lông mi, gương soi... và tặng kèm theo một túi hóa trang tinh xảo đẹp đẽ. Tặng quà khách hàng quả là một ý tưởng tương đối “biết nhìn xa trông rộng”.

ÔTÔ PONTIAC

Ôtô Pontiac dưới ngọn cờ của ô tô thông dụng đã dùng tờ tạp chí làm quà tặng miễn phí và giữ được quan hệ với khách hàng. Sự lựa chọn tạp chí căn cứ vào hình thái sinh hoạt của khách hàng, niên đại xe, nhãn mác xe, địa điểm cư trú mà quyết định; các bộ phận cũng tùy từng đại lý các địa phương mà có sai khác đôi chút, các cửa hàng đại lý tùy theo tạp chí hàng tuần sẽ kèm theo một phong thư và khoản chiết giá theo quy hoạch của mình.

NORTHWESTERN MEDICAL FACULTY FOUNDATION

Northwestern Medical Faculty Foundation ở Chicago cũng có sách lược tương tự như vậy, nó đã cá nhân hóa thông tin khách hàng. Họ gửi “bút ký sức khỏe” của mình, nội dung lấy bệnh án của người bệnh và những tư liệu về bối cảnh của họ làm cơ sở để thiết kế cá biệt và giữ phiếu thu chi hàng tháng kèm theo.

SIÊU THỊ LIÊN DOANH DOROTHYLANE

Siêu thị liên doanh Dorothylane bang Ohio nghiên cứu sẽ ghi chép mua bán của khách hàng ở Club DLM và lấy đó làm chuẩn mực gửi phát thông báo xúc tiến tiêu thụ. Người tiêu dùng sẽ nhận được khoản chiết giá với nội dung không giống nhau và

mức ưu đãi tương quan theo ghi chép mua bán vừa qua.

NGÂN HÀNG NATWEST

Máy rút tiền tự động còn có điểm hạn chế nào? Ngân hàng Natwes Anh Quốc đã để cho khách hàng tự thiết kế. Khách hàng sẽ tự phác thảo theo ý muốn của mình hoặc cho ví dụ như hạn ngạch rút tiền thông thường, những tư liệu này cần nhập vào một lần là được. Từ đó nếu khách hàng muốn sử dụng máy rút tiền tự động của ngân hàng này, chỉ cần nhập vào nút lựa chọn cá nhân ở mặt trên, việc còn lại đều do máy móc xử lý tất cả.

CÔNG TY DỊCH VỤ CAPITAL CON CIERGE

Capital Con Cierge lấy phương thức phục vụ của quầy phục vụ khách sạn cá nhân hóa để dùng cho các xí nghiệp thông thường. Họ cử các nhân viên của mình đến các văn phòng xí nghiệp khách hàng để họ nắm vững tin tức thông qua 1 năm hệ thống phần mềm. Các chuyên viên này cung cấp dịch vụ bao gồm: đặt hàng của nhà ăn, vào cửa phòng thi đấu thể thao hoặc đi xem biểu diễn đặt vé sân goll, bãi đỗ xe của khách, tổ chức yến tiệc, điểm tâm... Họ cũng nhắc nhở khách hàng những ngày lễ quan trọng như là sinh nhật ai đó. Ngày kỉ niệm tròn 1 năm, thường thay khách lựa chọn tặng phẩm tổ chức họp mặt.

BÁC SĨ BRANDT

Đây là một ví dụ thoát nghe mà dựng tóc gáy. Bác sĩ khoa da liễu, Fredrie Brandt, thành phố Coral Gables bang Florida muốn để cho khách hàng sau khi làm phẫu thuật thẩm mỹ vẫn tiếp tục tìm đến mình. Thủ pháp của ông là sau khi phẫu thuật thẩm mỹ của khách hàng nào đó, ông thường giữ lại các bộ phận cắt thừa để đưa vào ngân hàng sinh vật (Bio bank), đó là một “nơi bảo hiểm sinh vật” ở Beverly bang MA. Những tổ chức này sẽ xử lý thành kẹo abunisin nguyên chất, để có một ngày cần dùng cho vị khách đó tiến hành “cấy ghép tự thân” mà chỉ có thể sử dụng cho bản thân người đã cắt bỏ, vì người bệnh biết rất rõ nguồn gốc của sản phẩm này và thân thể họ cũng dễ tiếp nhận và hòa đồng.

ĐÀI TRUYỀN HÌNH CNN

Bản tin 24 tiếng đồng hồ của CNN làm đảo lộn các bản tin truyền hình truyền thống hiện nay, họ vừa chuyên biên tập tin tức theo phương thức cá nhân hóa vừa mở rộng phạm vi phục vụ tuyến trên của đài. Trên mạng Interactive của CNN khách hàng có thể lấy tin tức trong 300 hạng mục lớn với hơn 2 000 chủ đề tự mình biên tập bản tin của riêng mình để xem. Nội dung trang Web của CNN cứ 15 phút lại đổi mới chuyện kể, tin tức mỗi

tuần đưa lên trên 2 vạn bài.

HÃNG BÁN LẺ ĐĨA HÁT CDUCTIVE

Kỷ nguyên kỹ thuật số làm cho âm nhạc cũng có thể “do người đặt làm” CDuctive là một hãng bán lẻ đĩa hát trên mạng. Tại đây khách hàng có thể chế tạo đĩa CD của riêng mình CDuctive nhận được hơn 50 công ty âm nhạc độc lập trao quyền. Bạn có thể lựa chọn từ trong đó bất kỳ ca khúc nào, nghe thử 45 giây, nếu thích tiếp tục nhấn phím hoàn thành chuyên tập CD, chỉ riêng mình thôi.

TRANG WEB THE MUSIC CONNECTION

Ý tưởng sáng tạo đặc sắc vẫn luôn là ngòi nổ cạnh tranh, cho nên chúng tôi cũng đã đến The Music Connection xem CD cá nhân trên mạng. Ở đây, thậm chí ngay cả mặt tiền CD đều có thể tự mình chế tác, ngoài ra còn có chức năng “cố vấn âm nhạc” sẽ căn cứ vào kiến nghị của bạn về phong cách ca khúc bạn đã mua trước đây hoặc đem những tuyển chọn của khách hàng có hứng thú hợp với bạn cung cấp cho bạn làm tham khảo.

HIỆU SÁCH TRÊN MẠNG AMAZON

Hiệu sách trên mạng Amazon.Com cũng như vậy, nghĩa là dựa vào căn cứ kiến nghị cá nhân đơn giản để lập trang web. Chức năng Book

Matcher của trang web này có thể căn cứ theo phạm vi hứng thú và những ghi chép mua bán của khách hàng để giới thiệu các loại sách khác, tác dụng của Mood Matcher giống như vậy, chỉ là “căn cứ tiêu chuẩn vì khách hàng”, như là lựa chọn tham khảo các độc giả khác. Dựa vào hệ thống đặt mua “một chút xong ngay”, tức là nhớ được tình trạng mua trước đây của bạn, bạn sẽ tìm thấy một danh sách các đầu mục tác phẩm cho người ta khó mà từ chối. Phục vụ của họ không chỉ hạn chế ở thư tịch? tùy theo trên tuyến của nó mà đưa ra việc hạ giá phục vụ. Khi bạn tìm được 1 quyển sách, thì màn huỳnh quang bên cạnh cũng đồng thời xuất hiện một cột. Trong đó có các tác phẩm tương tự hiện đang hạ giá bán ví dụ: sưu tầm những sách nghệ thuật có tác phẩm Peter Max, có thể phát hiện những tác phẩm này nằm trong số các thương phẩm hiện đang hạ giá bán.

SIÊU THỊ LIÊN DOANH FARM FRESH

Vào lần sinh nhật sắp tới của bạn. Bạn đừng dùng bánh ga tô có sẵn ở cửa hàng. Mà hãy mang theo ảnh cá nhân của bạn, đến mấy siêu thị của Farm Fresh đặt làm bánh ga tô có vẽ một cảnh tượng nào đó, họ sẽ bài trí lớp trên bánh ga tô thành những hình ảnh mà bạn yêu cầu, còn giá cả cũng chẳng hơn kém bao nhiêu so với bánh ga tô thông

thường. Bí quyết của thành công này là ở chỗ lợi dụng bơm phun kết hợp hình ảnh kỹ thuật số phun lên mặt bánh ga tô, chẳng qua là dùng phẩm màu thực phẩm thay cho mực nước mà thôi.

SALÔNG LÀM ĐẦU ACCLAIMED APPERANCE

Tiềm lực của hình ảnh kỹ thuật số đương nhiên không chỉ có thế mà thôi. Salông làm đầu Acclaimed Appearance lợi dụng máy ảnh kỹ thuật số và màn hình máy tính điện tử để cho khách hàng có thể “thử” trước kiểu đầu mới rồi sau mới quyết định tiếp nhận hay là thay đổi kiểu dáng đó. Khách hàng lựa chọn kiểu mà mình cảm thấy hứng thú trong số mấy trăm loại hình đầu tóc, tiếp theo là có thể thông qua màn hình, nghiên cứu, tự mình thay đổi các loại kiểu đầu mới, có phải không?

TRUNG TÂM THIẾT KẾ NGHỆ THUẬT VƯỜN COOKE'S

Trung tâm thiết kế nghệ thuật vườn Cooke's được dân bản địa rất thích thú không chỉ là một vườn hồng tuyệt đẹp, trước khi động thổ họ còn cho bạn ngắm nhìn trước vườn hoa đó. Họ trình bày cảnh trí trong vườn nhà bạn xem như thế nào. Ông chủ Jeff Schelf dùng máy ảnh chụp hiện trường, thông qua máy tính điện tử đem cái sản phẩm đặc biệt được vẽ ra này “trồng” trong cái vườn tưởng tượng của bạn, lại còn tô thêm màu sắc nữa chứ?!

SIÊU THỊ WUKELA

Trẻ con đều rất ghét mùi vị của thuốc, trước đây chúng cũng đã như vậy rồi. Nhưng ở siêu thị Wukela dược sỹ bào chế sẽ căn cứ vào yêu cầu của bố mẹ mà xem xét lại khẩu vị của thuốc chủng loại, bao gồm kẹo thơm mồm, kẹo sữa, anh đào, sôcôla, bạc hà, thảo mai dứa hoặc là những khẩu vị khác mà trẻ con rất thích.

DOANH NGHIỆP VITAMIN TRÊN MẠNG ACUMIN

Chúng ta hãy xem ví dụ của “hóa học làm đẹp thêm cuộc sống” của doanh nghiệp Vitamin trên mạng Acumin, đặc biệt căn cứ vào tình trạng cá nhân mà bào chế ra vitamin sử dụng hàng ngày. Trước hết khách hàng ghi đủ một bản câu hỏi bao gồm tuổi tác, tình trạng áp lực những cấm kỵ trong ăn uống và mức độ vận động, Acumin sẽ lập tức điều chỉnh đơn thuốc phù hợp với yêu cầu của bạn.

CÔNG TY BÁCH HÓA PLOOMINGDER

Phương án At his service của Ploomingder đã cung cấp nhiều hạng mục phục vụ, trong đó bao gồm người mua hàng tư nhân miễn phí. Biện pháp này đặc biệt thiết kế dành cho mua hàng không theo tập đoàn. Khách hàng chỉ cần thông qua bưu kiện điện tử nói rõ đồ vật mà mình cần mua. Khách

hàng nhận At his service sẽ bắt đầu ở rất nhiều địa điểm văn phòng nhà ở của khách hàng gần đó nhận được thông báo, còn thời gian mang hàng đến do khách hàng quyết định. Sau khi chọn được hàng hóa At his service còn phụ trách đóng gói, quà tặng, vận chuyển sửa đổi phục vụ miễn phí.

CÔNG TY QUÀ TẶNG SHARPER IMAGE

Các bộ phận Sharper Image ở Shanfransco chuyên thiết kế phương án tặng quà cho công nhân viên cho các doanh nghiệp khách hàng chuyên gia khen thưởng. Doanh nghiệp của công ty có 2 triệu đôla kim ngạch. Doanh nghiệp này một tay làm mọi việc, từ thiết kế kế hoạch đến thực thi. Ngoài ra họ cũng đưa ra một số lựa chọn như quà tặng xem người mà đặt làm, có thể đổi lấy bản mẫu mua qua bưu điện của công ty này hoặc một thương phẩm bất kỳ trên mạng của họ. Đối với những khách hàng mua số lượng lớn thì có khoản chiết khấu đặc biệt.

SOCOLA GODIVA

Socola Godiva vô cùng sung sướng được làm thay quý công ty toàn bộ hoạt động lễ phẩm quà tặng. Họ còn phụ trách vận chuyển đi các nơi trên toàn nước Mỹ và mỗi loại lễ vật đều có danh thiếp của công ty bạn kèm theo một dải lụa với

lời nhấn cá nhân có in thương hiệu. Chịu khó hết lòng hết sức như vậy lại còn đề ra chiết khấu nữa chứ! Doanh nghiệp đặt hàng đến 500 đôla hưởng ưu đãi 5%, từ 3 000 đôla trở lên được hưởng cao đến 20%.

CÔNG TY MÁY TÍNH ĐIỆN TỬ DAIER

Thành công của công ty máy tính điện tử tiêu thụ trực tiếp Daier ở chỗ cho ra đời cái máy tính điện tử “theo sở nguyện của khách hàng”. Khách hàng gọi điện thoại đến cho chuyên viên phục vụ hoặc vào trang web vô cùng hấp dẫn của họ, lựa chọn thiết bị kèm theo. Yêu cầu sẽ được thực hiện chỉ khoảng 5 ngày sau. Chiếc máy tính điện tử này đã thực sự cá nhân hóa, được đặt ngay trước cửa nhà bạn, rất dễ nhận ra rằng, với phương thức phục vụ tiện lợi này, cộng thêm giá cả tương đối mềm dẻo, Daier đã trở thành một xí nghiệp được khách hàng yêu thích nhất. Thậm chí nó còn có sản phẩm “đo người đặt làm” lắp đặt cho các xí nghiệp có quy mô tương đối lớn. Đồng thời cũng chi viện cho trang web cỡ nhỏ.

Còn phương án “premer pages” để cho khách hàng có thể biết được chọn bộ sản phẩm; đặt hàng, giá cả trước khi nhận được sự đồng ý trên mạng. Chuyên viên khách hàng đợi chi viện cũng luôn

luôn bám sát tiến trình thực hiện đơn hàng, tình hình xếp đặt hàng hóa thay cho khách hàng. Phương án chọn mua máy điện tử này làm cho ranh giới của hai bên mua bán được rõ ràng, điều chưa hề có từ trước đến nay.

HÃNG CHẾ TẠO ĐỒ DÙNG GIA ĐÌNH VÀ VĂN PHÒNG SMED

Hãng chế tạo đồ dùng gia đình và phòng Smed ở Calgary tỉnh Alberta Canada hoàn toàn không có cơ giới hóa như các công xưởng thông thường. Công ty này thậm chí đã sáng lập một dây chuyền tham quan công xưởng đàn hồi hóa, khách hàng có thể tự mình quyết định cần xem ở bộ phận nào. Toàn bộ gian nhà xưởng hình thành một vòng, đi theo dây chuyền sản xuất hoặc là đơn thuần cần xem bàn, ghế dựa, tủ quầy, tổ hợp không gian văn phòng v.v... Đồng thời với việc tham quan khách hàng có thể lợi dụng triệt để gian phục vụ sát cổng. Mogas Smed CEO của công ty này đã nói trong tạp chí Doanh nghiệp rằng: “thời gian của khách hàng có giá trị khoảng 10 lần giá thành của chúng tôi”.

CÔNG TY HÀNG KHÔNG MIDWEST EXPRESS AIRLINE

Midwest Express Airline đề ra phục vụ trên tuyến kiểu cá nhân hóa cho khách hàng. Họ đã giữ lại các tư liệu của hội viên bao gồm nội dung

lần đầu tiên hai bên tiếp xúc với nhau, số liệu thẻ tín dụng, chỗ ngồi yêu thích, yêu cầu đặc biệt cho bữa ăn, sân bay xuất phát và điểm cuối. Khi hội viên thông qua mạng đặt vé máy bay sẽ không cần thiết lại đưa vào những thông tin tư liệu này. Mid-west sẽ tự động lấy ra những tư liệu có liên quan và ngay sau đó đưa đến sân bay sử dụng. Ngoài ra, hội viên cũng có thể lấy đó tìm giá, kiểm tra số dặm trình tích lũy và để theo dõi tình hình chuyến bay.

HÃNG CHẾ TẠO DỤNG CỤ MÁY MÓC NÔNG NGHIỆP DEERE & COMPANY

Trước mắt khách hàng là sự suy thoái tốc độ nhanh, Deer & Company hãng chế tạo dụng cụ máy móc nông nghiệp lớn hàng đầu thế giới có dự định thông qua thủ pháp "đo người đặt làm tập thể" những phụ kiện cho khách hàng nhằm kích thích thành tích nghiệp vụ. Khi khách hàng hy vọng máy móc công cụ Deere trong tay mình phát huy những tác dụng mới thì công xưởng liền cử ngay một nhóm nhỏ tới làm cho khách hàng những phụ kiện kèm theo rất độc đáo để đạt được mục đích đó. Giá cả dịch vụ như thế giảm được một nửa giá thành so với mua cái mới cho khách hàng và như vậy việc buôn bán của Deere như nước nguồn chảy mãi.

HÃNG CHẾ TẠO ĐỒ DÙNG GIA ĐÌNH VÀ VĂN PHÒNG HAWORTH

Haworth ở Holland bang Misigan lấy phương pháp “theo yêu cầu của quý ngài” áp dụng trong lĩnh vực kinh doanh chế tạo đồ dùng gia đình và văn phòng của mình. Chuyên viên nghiệp vụ rất thích thú làm việc với khách hàng đã nghiên cứu làm thế nào để thay đổi được thiết kế hiện tại hoặc bố trí toàn bộ. Thông qua một bộ phần mềm của công ty, khách hàng ban đầu có thể xem trên máy tính điện tử kết quả của quy hoạch cộng đồng. Nếu muốn thay đổi sửa chữa một loại phong cách nào đó, điều chỉnh màu sắc, hoặc to nhỏ, lập tức thao tác một hồi là có ngay. Nếu kết quả nhận được sự đồng ý của khách hàng, máy tính điện tử liền đưa ra lưu trình thực thi và Haworth mới bắt đầu ra tay.

PHẦN 11

TÔI ĐƯỢC MỆNH DANH LÀ SỐ MỘT

*Là người số một trong việc
phục vụ khách hàng*

Nói cho cùng những ý tưởng to lớn như khuyến mại, chăm sóc khách hàng, bám sát đến cùng, khả năng thực thi... đều xuất phát từ mục đích thu hút khách hàng. Mà đây lại là nhiệm vụ của các nhân viên bán hàng. Vì thế có thể giữ được khách hàng hay không còn phải xét đến thái độ cư xử của các nhân viên phục vụ.

Nếu muốn thành công, công ty nhất thiết phải đặt khách hàng là tiêu điểm chính, tuân theo một trình tự từ trên xuống dưới, từ ngoài vào trong. Mỗi khi nhân viên tiếp xúc với khách hàng thì đó chính là thời điểm để công ty khảo nghiệm “Nguyên tắc lấy khách hàng làm tiêu điểm” đồng thời cũng là cơ hội để tạo dựng lòng tin của khách hàng đối với công ty.

Giám đốc công ty phải là hạt nhân trong việc thực hiện “Nguyên tắc lấy khách hàng làm tiêu

điểm”. Lãnh đạo công ty là tấm gương có ảnh hưởng rất lớn đối với toàn bộ công nhân viên. Ví dụ như nếu mối quan tâm của giám đốc chỉ là thành tích hàng tháng thì đó cũng là mục tiêu theo đuổi của các nhân viên. Ngược lại nếu khách hàng là mục tiêu để lãnh đạo quan tâm nhất thì công ty đó sẽ trở thành công ty phục vụ khách hàng tốt nhất.

Với điểm xuất phát như vậy, để phát triển thêm công ty phải có một cơ chế hỗ trợ cho nguyên tắc này. Việc huấn luyện, hệ thống, bổ sung đều phải được chuẩn bị kỹ càng chặt chẽ và nhịp nhàng. Nhân viên không được để lộ những tin tức chống đối lẫn nhau. Nếu như nhân viên trực điện thoại lấy huê hồng của mình dựa trên số lần gọi điện thoại cho khách hàng thì rõ ràng là anh ta sẽ gây cảm giác khách hàng bị ép buộc.

Cuối cùng, công ty nhất thiết phải không ngừng khuyến khích “nguyên tắc lấy khách hàng làm tiêu điểm”, nhất định phải tổ chức các hoạt động mời chào khách hàng, khuyến khích kèm theo các hình thức khuyến mãi cho khách hàng. Đó chính là nội dung chính của chương này nhằm cung cấp cho các bạn những kiến thức và ví dụ bổ ích để có thể không ngừng thu hút được khách hàng.

TRÊN DƯỚI ĐỒNG LÒNG THU HÚT KHÁCH HÀNG

TẬP ĐOÀN HÀNG KHÔNG ALLIED SIGNAL

Một trong số rất nhiều những biện pháp tốt làm hài lòng khách hàng chính là việc giải quyết thấu đáo những lời phàn nàn của khách hàng. Allied Signal hiểu rõ điều đó. Đối với ngành hàng không muốn ngay lần đầu đã làm khách hàng vừa ý quả là không dễ, nhưng một khi khách hàng có lời phàn nàn có thể lập tức đến Larry Bossidy CEO, cơ quan này sẽ gọi điện thoại hoặc cử người đích thân đến gặp vị khách hàng đó. Bossidy muốn nắm được thực chất của vấn đề để có thể giải quyết nhanh chóng. Cơ quan CEO này cũng đặc biệt nhấn mạnh: tất cả các nhân viên đều phải thông tin để khách hàng nắm được thời gian giao hàng chính xác, tiến độ sản phẩm... cho dù đó là thông tin xấu thì cũng không thể vi phạm nguyên tắc này được.

SÁNG TẠO 3 BƯỚC ĐI ĐỂ THU HÚT KHÁCH HÀNG

Trong tác phẩm “Những khách hàng điên cuồng”, hai tác giả Sheldon Bowles và Ken Blanchard đã đưa ra các bước như sau:

1. Xác định cho công ty một mục tiêu hoàn hảo.

2. Thăm dò nhu cầu của khách hàng, đưa vào mục tiêu.

3. Đáp ứng nguyện vọng của khách hàng, không ngừng hoàn thiện mục tiêu.

CÔNG TY HÀNG KHÔNG TÂY NAM

Herb Kelleher, người sáng lập hãng hàng không Tây Nam và CEO đã làm gương khuyến khích nhân viên của mình phục vụ khách hàng tốt hơn. Chẳng hạn như: Herb Kelleher nghe nói ở Dalasi có một lớp học mà toàn bộ học sinh chưa từng được đi máy bay, ông ta bèn tặng cho mỗi học sinh 1 tấm vé máy bay khứ hồi đi Austin, thậm chí còn dẫn chúng đi tham quan miễn phí thành phố thủ phủ của bang Texas.

Ngoài ra, hàng năm đến ngày Lễ Tạ ơn, Herb Kelleher xuất hiện ở sân bay Dalasi cùng với nhân viên cần vụ mặt đất lao động trong một ngày. Hoàn toàn không phải là chỉ làm qua loa mà phải hoàn thành nhiệm vụ cần vụ cho máy bay của hãng trong khoảng thời gian 20 phút ít ỏi, bao gồm: bơm dầu, dỡ hàng, xếp hàng hóa mới, sắp xếp trong khoang ngồi, bổ sung tất cả các trang bị phối kiện... Đối với các hãng hàng không khác phải cần gấp đôi thời gian trên mới có thể hoàn tất những công việc đó.

CÔNG TY VẬN CHUYỂN CHẤT LỎNG CONTINENTAL

Phương pháp tìm hiểu khách hàng của công ty này chính là tìm mọi cách để có thể tiếp cận họ. Chỉ cần khách hàng của công ty phát hành một cổ phiếu mới trên thị trường, vị Tổng giám đốc của công ty này là Kenneth Hazen đã mua ngay một tờ và thông qua báo cáo của tài vụ và thông tin về khách hàng hàng năm của công ty để nắm rõ sách lược của khách hàng. Mỗi tờ cổ phiếu được đặt trong khung, bày ở tiền sảnh của công ty. Hazen nói rằng: điều đó không chỉ gây ấn tượng sâu sắc cho khách hàng mà đồng thời còn để cho những nhân viên chưa biết về khách hàng của công ty có cơ hội tìm hiểu khách hàng chân chính của công ty như thế nào?

ĐẠI HỌC TEXAS MỞ CHUYÊN NGÀNH PHỤC VỤ KHÁCH HÀNG

Hiện nay, phục vụ khách hàng đã trở thành một chuyên ngành của hệ đào tạo MBA. Thạc sĩ quản lý phân hiệu Ousiding của Đại học Texas đã mở chuyên ngành này. Nếu là những học sinh đã học qua giáo trình “Tìm hiểu bản chất khách hàng” đều đã được đào tạo cách phục vụ khách hàng tối ưu.

TRANG WEB TRÊN MẠNG NƯỚC MỸ

Làm người phục vụ khách hàng tốt nhất trên mạng là chuyên gia hàng đầu trên mạng nước Mỹ

là Bob Pittman đã tích cực tìm cách thu hút khách hàng khắp nơi. Vì thế, ông đã từ chối giáo trình huấn luyện tăng cường sản phẩm do nội bộ công ty soạn ra mà cứ ngồi trước máy vi tính, thử đứng ở địa vị của các khách hàng trên mạng mà sáng tạo ra những sản phẩm mới. Pittman hiểu rõ rằng nếu chỉ mình ông ta làm thì không thể hoàn tất được công việc này và kết quả là các khách hàng trên mạng của nước Mỹ sẽ phải gánh chịu hậu quả.

CÔNG TY MÁY TÍNH ĐIỆN TỬ DELL

Michael Dell, người sáng lập ra công ty máy tính điện tử Dell kiêm CEO cũng là người rất hiểu khách hàng, mỗi năm hai lần ông chủ trì hội nghị Hội đồng Bạch kim (Platinum Council Meeting), địa điểm tổ chức hội nghị được phân bổ khắp nơi trên toàn cầu. Trong những hội nghị này, lãnh đạo cấp cao của công ty gặp gỡ với khách hàng, trực tiếp tìm hiểu nhu cầu, vấn đề và cách nhìn nhận đối với tương lai của khách hàng. Tất cả những thông tin thu được trong các hội nghị này đều được tiếp thu để làm cho Dell có thể phát triển theo hướng ngày càng phục vụ khách hàng tốt hơn.

Công ty này cũng đầu tư một phần thích đáng cho “Nguyên tắc lấy khách hàng làm tiêu điểm”, bất kể là phân chia lợi nhuận cho công nhân viên hay khen thưởng đều có liên quan mật thiết với những

ý kiến phẩm bình hoặc sự vừa ý của khách hàng.

CÔNG TY KHOA HỌC KỸ THUẬT HỆ THỐNG UNISYS

James Unruh là CEO của công ty khoa học kỹ thuật hệ thống Unisys có một quyển sách nổi tiếng về vấn đề liên quan phục vụ khách hàng. Cuốn sách có tên là “Khách hàng là công việc kinh doanh” (Customers mean Bussiness, NXB Addison Wesley, 1996). Nội dung chính của quyển sách này là nhắc nhở mọi người muốn phục vụ khách hàng cho tốt, trước tiên phải biết lắng nghe. Unruh nói một nửa thời gian của ông ta được dành cho việc ra ngoài đi dạo, trực tiếp trò chuyện với khách hàng. Vì thế chúng ta có thể rút ra hai nhận xét: một là, bản thân các CEO ngày càng tiếp cận gần hơn với khách hàng, hiện tượng này chứng minh rằng hiện nay các công ty này đã thừa nhận tầm quan trọng của khách hàng; hai là, những thông tin thu thập được có thể quyết định sách lược hướng đến tương lai của công ty.

CÔNG TY LIÊN DOANH VẬN TẢI SUBWAY

Người sáng lập ra cửa hàng liên doanh này là ông Fred Deluca thường xuyên đi ra ngoài để từ cách nhìn của khách hàng tìm hiểu bản chất thật sự của hơn 13 000 cửa hàng trực thuộc. Sau khi

ông ta lựa chọn một cửa hàng nào đó liền đến đó kiểm tra trong khoảng 1-2 tuần lễ mà không thông báo trước, cũng không để lộ thân phận của mình. “Như vậy tôi có thể tìm hiểu chính xác tình hình thực tế”, ông ta đã giải thích như vậy trong quyển “Marketing kiểu cướp đoạt” (Predatory Marketing). “Tôi mang theo máy ghi âm trong người; ghi lại những cảm tưởng của khách hàng, đến khi quay về, trong băng ghi âm đã có đầy những thông tin dưới cái nhìn của khách hàng điều đó có thể giúp chúng tôi làm một cuộc cải tiến”.

CỬA HÀNG LIÊN DOANH ĐỒ DÙNG GIA ĐÌNH HOME DEPOT

Cửa hàng này là một ví dụ điển hình về việc coi trọng khách hàng. Phục vụ khách hàng đã trở thành một sự đóng góp to lớn vào quá trình mở rộng cửa hàng. Để tập hợp được toàn bộ nguồn lực của công ty, ban lãnh đạo đã sáng tạo ra một tổng đài phục vụ khách hàng tưởng tượng, có tên là Ben Hill. Trên mỗi cửa hàng của họ đều dán một áp phích mời khách hàng khi gặp bất cứ vấn đề gì có thể lập tức gọi số 800, tổng đài Ben, điện thoại hoàn toàn miễn phí.

Trong quyển “Từ tay trắng đến thành công”, người sáng lập công ty Makesi đã mô tả như sau: “Số điện thoại đó được nối trực tiếp với máy chính

của văn phòng, mỗi khi điện thoại gọi đến yêu cầu tìm người giúp, tổng đài sẽ hỏi “Xin hỏi có chuyên gì?”, nếu nghe đến chữ “Ben Hill” nút đỏ sẽ được bật lên, tức là “cần xử lý ngay”, rồi sẽ được chuyển ngay đến tôi hoặc là người có chức vụ cao nhất hiện đang có mặt tại công ty. Ngay cả khi chúng tôi đang có một hợp đồng trị giá hàng triệu đôla cũng không ngoại lệ, chúng tôi nhất định sẽ tạm dừng, xử lý vấn đề trước. Chúng tôi hy vọng khách hàng sẽ tìm được đúng người có thể giúp họ giải quyết vấn đề họ đang cần”.

Điều càng tuyệt vời hơn nữa là tất cả nhân viên trong cửa hàng đều nắm được giá trị thật sự của Ben Hill, do vậy những lời phàn nàn của khách hàng đã giảm đáng kể.

LẤY KHÁCH HÀNG LÀM ĐỐI TƯỢNG CHÍNH TRONG CÔNG TÁC NGHIỆP VỤ

CÔNG TY GANG THÉP TIMKEN

Nếu không tiếp cận khách hàng thì về cơ bản sẽ không thể hiểu được cách nghĩ của họ. Công ty gang thép Timken ở Bucyrus bang Ohio, hàng tháng đều tổ chức một ngày đón tiếp khách hàng, mời họ tham gia các tiết mục như họp báo, tham quan sản xuất

kể cả thảo luận bữa ăn trưa. Các lãnh đạo cao cấp của công ty đều tham dự nhằm tạo điều kiện cho khách hàng có cơ hội trực tiếp nhận xét các mặt hàng của công ty và người phụ trách sản xuất của công ty.

CÔNG TY HÀNG KHÔNG TÂY NAM

Công ty hàng không Tây Nam do không ngừng đào tạo nhân viên đã nhận được sự ủng hộ lâu bền của khách hàng. Công ty này đã không ngừng tổ chức các lớp học “Quan tâm đến khách hàng” và các hội thảo nghiên cứu cũng về chủ đề này. Họ còn dùng những ví dụ thực tiễn làm tài liệu, bởi vì công ty này tin tưởng rằng: bản thân nhân viên hưởng được sự đãi ngộ nào thì họ sẽ phản ánh ra qua thái độ phục vụ khách hàng của họ thế ấy. Tất nhiên là khách hàng sẽ nhận ra điều đó và sẽ không ngừng ủng hộ công ty. Vì vậy, xét từ các tiêu chí đúng giờ, đảm bảo hành lý... công ty hàng không Tây Nam liên tục giành được danh hiệu “Công ty hàng không có thái độ phục vụ khách hàng tốt nhất”.

CÔNG TY DU LỊCH ROSENBLUTCH

Công ty du lịch Rosenbluth trau dồi kỹ xảo phục vụ khách hàng cho nhân viên dưới dạng một khóa huấn luyện gọi là “Sự phát triển với việc thu hút

khách hàng trở lại”. Mỗi năm có khoảng 250 nhân viên công ty tham gia cuộc hội thảo nghiên cứu về các vấn đề: làm thế nào để xây dựng mối quan hệ, kỹ xảo thu thập thông tin, tâm trạng khách hàng, tính chủ động trong việc xử lý các vấn đề...

CÔNG TY BÁN HÀNG QUA ĐIỆN THOẠI COLD WATER CREEK

Cold Water Creek là công ty bán hàng qua điện thoại ở thành phố Coeur d'Alene quảng cáo với người tiêu dùng: “Chúng tôi sẵn sàng vất vả và cố gắng để làm cho khách hàng cảm thấy thoải mái, dễ chịu”. Khi có một cuộc điện thoại đặt hàng trung bình trong 5 giây sẽ được đáp lại. Đây không phải là hệ thống trả lời cài sẵn mà chính là các nhân viên đã được huấn luyện của công ty. Để đảm bảo nhanh chóng giải quyết yêu cầu của khách hàng, trung tâm điện thoại lúc nào cũng có sẵn các bản mẫu chữ không cần chuyển qua từng cấp. Các nhân viên công ty mặc đồng phục, đeo phù hiệu chính tể, có kinh nghiệm, đáng đi lại hòa nhã vui vẻ càng làm tăng thiện cảm đối với khách hàng. Vậy bí quyết của họ ở đâu? Rất đơn giản, đó chính là 1 nhóm nhân viên trực điện thoại “tự nhiên, thân thiết, nhiệt tình”.

SIÊU THỊ WUKELA

Siêu thị Wukela hy vọng khách hàng nếu có chỗ nào không hài lòng thì cứ thẳng thắn góp ý. Công

ty này luôn duy trì hệ thống khách hàng không phải trả phí. Tất cả những người tiêu dùng dù mua hàng ở quầy nào đều có quyền lợi đó.

Điều đặc biệt là cứ mỗi một tháng, Wukela lại chủ động liên hệ và mời vị khách có lời phàn nàn đó đến công ty để chứng minh những lời phàn nàn của họ đã được giải quyết. Vừa hay chúng tôi được biết một trường hợp khách hàng không vừa ý. Trong vụ này, Wukela đã bồi thường 20 đôla, lại khẩn thiết nài nỉ “mong ngài bỏ qua cho” để cố làm lu mờ vấn đề do nhân viên thu tiền đã tính nhầm thêm 2 đôla.

KHÁCH SẠN HOÀNG GIA RIHGA

Thật là sang trọng, từ trong ra ngoài, chỗ nào cũng tráng lệ, đó chính là khách sạn hoàng gia Rihga ở thành phố New York. Đây là khách sạn hạng sang, khách đến chủ yếu là giới doanh nhân, đặc biệt là những tên tuổi lớn trong giới phát thanh và truyền hình. Chính vì thế, thái độ phục vụ của khách sạn cũng phải vượt trội hơn những khách sạn khác, nhất là chỉ tiêu lượng khách đến mỗi ngày phải đạt. Toàn bộ khách sạn có 54 tầng, 25 tầng phía trên dành cho khách thượng lưu gọi là “các phòng lux”. Bên trong các phòng này không thiếu một trang bị nào: từ điện thoại cá nhân đến máy fax, hệ thống nhắn tin, thậm chí còn có nội

thất và ô tô dùng tay điều khiển...

Tuy nhiên nguyên nhân chính khiến các vị tai to mặt lớn đẩy quyền lực thường xuyên lui tới khách sạn chính là ở tờ danh thiếp. Khách đến khách sạn đều được nhận một chiếc cặp da, bên trong có một tờ danh thiếp in tên họ và số điện thoại của Righa. Những tờ danh thiếp này hiện lên số hiệu của khách sạn Righa và cũng biểu thị sự tôn quý của vị khách đang ở trong khách sạn này, thậm chí trong danh thiếp còn có cả ngày giờ khách dự định đi.

KHÁCH SẠN BÁN ĐẢO BEVERY HILLS

Các vị khách quý đến ở những biệt thự riêng của khách sạn Bán đảo Beverly Hills, khách sạn hàng đầu ở bang California đều được hưởng sự phục vụ chẳng kém gì ở khách sạn Righa. Có lẽ chỉ có những người thuộc hàng vua chúa mới có thể chịu nổi mức giá cả ở đây, nhưng nhân viên ở đây đã phục vụ khách hàng không một chút sơ suất, thuê phòng hay ra đi đều không cần phải đăng ký. Ngoài ra khách sạn này còn đặc biệt chú ý đến những đặc điểm của khách: thời gian ở lại và ra đi không hạn chế, những sở thích cá nhân, thói quen riêng của từng khách hàng đều được ghi vào hồ sơ. Nếu lần sau khách đến khách sạn này sẽ phát hiện không ít những điều ngạc nhiên thích thú vì

dụ có áo tắm thêu tên họ mình, giấy viết thư có in sẵn tên khách. Thậm chí khách sạn còn thay đổi một số đồ nội thất trong phòng cho phù hợp với cách sinh hoạt của khách. Nhân viên ở một số bộ phận như nhân viên phục vụ, phòng bàn, đại sảnh, nhân viên quản lý trực 24/24, sẵn sàng đáp ứng yêu cầu và giải quyết vấn đề của khách và tất nhiên còn có những hoạt động giải trí muôn hình muôn vẻ.

* Học viện kế hoạch chiến lược phát hiện rằng: những công ty đặc biệt chú trọng khâu phục vụ khách hàng có thành tích nghiệp vụ gấp 12 lần những công ty không chú trọng khâu này.

CỬA HÀNG BÁCH HÓA NORDSTROM

Có rất nhiều các ví dụ về thái độ phục vụ khách hàng ở cửa hàng bách hóa Nordstrom, nhưng một trong những ví dụ mà chúng tôi thích nhất, vừa đơn giản lại mang tính điển hình cao là ví dụ sau đây. Một người bạn của chúng tôi một lần đến New Jersey mua hàng, lúc đó đã muộn lắm rồi. Anh ta thử bước vào một cửa hàng bách hóa, nhưng lúc ăn xong thì các cửa hàng đều đã đóng cửa. Sau đó anh ta đến cửa hàng Nordstrom, nhân viên phục vụ đã mời chào anh ta như thế này “Ô! Chúng tôi sắp nấu nướng đây. Xin mời vào”.

Người này hiện nay đã trở thành khách quen

cửa cửa hàng, điểm làm anh ta thích nhất chính là kiểu phục vụ “khách hàng tự chọn”. Chỉ cần anh ta gọi điện thoại, nói thứ hàng mà anh ta cần và hẹn thời gian đến, khi anh ta đến, quần áo đã được bày sẵn trên giá áo trong phòng thử đồ và anh ta chỉ việc vào thử.

Tuy nhiên, thái độ phục vụ chưa phải là ưu điểm duy nhất của Nordstrom. Tỷ lệ nhân viên bán hàng so với khách của Nordstrom hầu như gấp hơn 3 lần mức bình quân của các doanh nghiệp khác, họ cũng dành nhiều thời gian để đào tạo nhân viên, đặt sự ủy thác của khách hàng vào trong tay họ. Còn quy định của công ty thì sao? Quả là một công ty kỳ lạ, điều lệ của công ty chỉ có một hàng như thế này: “Cho dù phải đối mặt với bất kỳ tình huống nào, hãy vận dụng sự phán đoán tốt nhất của các anh/chị mà xử lý”.

SỞ ĐIỆN LỰC 2 YTEC:

Sở điện lực này nằm ở thành phố Redwood bang Manachuset đã phục vụ khách hàng rất tận tình, ông chủ Baldrige tạo điều kiện cho nhân viên có đầy đủ những công cụ cần thiết để thu hút khách hàng. Tất cả nhân viên đều đã được học qua giáo trình “Phục vụ nước Mỹ” (Service America). Mỗi nhân viên đã qua đào tạo sẽ được cấp 1 000 đôla để có thể giải quyết các vấn đề của khách hàng.

QUÁN RƯỢU LỆ TRÌ

Ở quán rượu Lệ Trì việc trao quyền cho nhân viên chính là việc cấp cho mỗi nhân viên có quyền sử dụng 2000 đôla để giải quyết những lời phàn nàn của khách hàng. Trên thực tế phần lớn các tình huống đều không cần dùng đến khoản tiền này, điều quan trọng là khi nhân viên tiếp xúc tìm hiểu khách hàng phải biết “tùy cơ ứng biến”.

CÔNG TY CHỨNG KHOÁN GIA TÍN

Bất cứ khi nào nhận được lời phàn nàn của khách hàng, công ty chứng khoán Gia Tín không chỉ xem xét nguyên nhân của sự bất mãn đó mà để nắm được cách xử lý đó có hiệu quả như thế nào, công ty sẽ đưa ra dự đoán tỉ mỉ: trong vòng nửa năm sau khi có lời phàn nàn, mối quan hệ giao dịch giữa vị khách hàng này với công ty sẽ ra sao?

HÃNG CHẾ TẠO PHẦN MỀM SIEBEL SYSTEMS

Cũng tương tự như vậy, bạn bỏ công sức ra bao nhiêu thì sẽ nhận được thành quả bấy nhiêu. Để làm cho nhân viên hiểu rõ tầm quan trọng của khách hàng, hãng chế tạo phần mềm tự động hóa tiêu thụ Siebel Systems đã quy định lấy sự vừa lòng của khách hàng làm cơ sở để chia huê hồng cho nhân viên. Chỉ tiêu này sẽ do một nhân viên sổ sách không thuộc công ty đến bình xét.

5 CÁCH LÀM CHO NHÂN VIÊN NHIỆT TÌNH SÔI NỔI VỚI KHÁCH HÀNG

Trong quyển sách “Tổ chức nhiệt tình” nhà quản lý kinh doanh James Luca đã đưa ra một loạt kiến nghị khả thi giúp cho nhân viên được khách hàng thừa nhận bao gồm:

1. Thu thập những câu chuyện về khách hàng mà có thể hỗ trợ mục tiêu phục vụ khách hàng và đọc lại cho nhân viên công ty cùng nghe.

2. Sưu tập tài liệu ấn phẩm của công ty bạn hàng và truyền bá trong công nhân viên.

3. Nhất thiết phải tạo điều kiện cho tất cả nhân viên công ty có cơ hội tiếp xúc trực tiếp với khách hàng.

4. Nhất định phải cho từng nhân viên biết khách hàng của họ là ai.

5. Anh muốn nhân viên đối xử với khách hàng như thế nào thì anh phải đối đãi với nhân viên như vậy.

HÃNG MÁY BƯU PHÍ PITNEY BOWES

Hãng này không lấy thành tích làm tiêu chí duy nhất để chia hoa lợi mà căn cứ vào sự hài lòng của

khách hàng sau khi đã bán được sản phẩm, các tiêu chí bình xét bao gồm: mức độ được huấn luyện sử dụng của khách hàng, máy móc đã lắp đặt hoàn hảo chưa, mức độ phải hỗ trợ cho khách hàng sau khi mua...

KHEN THƯỞNG ĐỐI VỚI CÔNG TY PHỤC VỤ KHÁCH HÀNG TỐT NHẤT

CÔNG TY WINTER SILKS

Công ty Winter Silks ở thành phố Middleton, bang Wisconsin năm 1996 đã giành được giải thưởng “Công ty phục vụ khách hàng tốt nhất” của Hiệp hội marketing trực tiếp. Làm thế nào mà công ty này có được vinh dự đó? Chính là vì công ty đã xác định rõ các mục tiêu thực hiện của mình như : nhận điện thoại trong vòng 16 giây, khiếu nại của khách hàng giải quyết trong ngày, xác suất hàng hóa mua bán kể cả vận chuyển phải đạt 99,5%, thêm nữa, toàn bộ lượng hàng đặt qua bưu điện trong một ngày tối thiểu phải chuyển được 80%.

HIỆP HỘI PHỤC VỤ KHÁCH QUỐC TẾ

Hiệp hội phục vụ khách quốc tế có trụ sở tại Chicago đã tài trợ cho việc thành lập “Quỹ khen thưởng cho sự phục vụ ở mức không thể tin nổi”.

Dự án chứng nhận chuyên gia phục vụ khách hàng này còn tổ chức rất nhiều các hội nghị, phát hành ấn phẩm, các hoạt động ở địa phương...

NHÀ HÀNG MARRIOTT

Nhà hàng Marriott dùng hoạt động khen thưởng hàng năm để khen ngợi thành tích phục vụ khách hàng xuất sắc của nhân viên. Năm 1989 lại lập ra giải thưởng Tiefel dành cho “Người phục vụ xuất sắc cho khách hàng và đồng sự của anh ta”. Ngoài ra, liên hiệp nhà hàng này còn có một giải thưởng dành cho những nhân viên công tác lâu năm và đề cao giá trị của công ty là giải thưởng Marriott (J. Willard Marriott)

PRADA

Công ty Victoria Gallegos bán những hàng hóa danh tiếng trị giá 2 triệu đôla. Năm 1998 công ty tuyển một nhân viên nghiệp vụ rất giỏi tên là Prada. Bà làm thế nào để đạt được điều đó? Bà đã tiết lộ bí quyết đó cho Tờ báo “Người New York” như sau:

- + Gạt mục tiêu tài vụ sang một bên, tập trung toàn tâm toàn ý thiết lập quan hệ với khách hàng.
- + Quan tâm chăm sóc khách hàng: ví dụ như gửi thiệp mừng, đặt bánh gatô, mừng sinh nhật, thăm hỏi ở bệnh viện...

+ Kịp thời chào đón khách hàng đến thăm hoặc mua hàng. Vui vẻ trò chuyện, ngắm nghía so sánh với sản phẩm họ mới mua gần đây ở một cửa hàng nổi tiếng khác.

+ Dành thời gian đến tủ sách Prada chọn mua tài liệu học tập có liên quan đến kiến thức chuyên môn.

+ Tự mình mang một số đồ uống (công ty chiêu đãi) đến làm quen với khách hàng.

+ Mỗi vụ giao dịch thành công đều tặng cho khách hàng một tấm thiệp do tự tay mình viết.

+ Nếu cần thì gọi điện thoại cho Prada, mời khách hàng đến nhà, dùng điện thoại của công ty và ghi lại số điện thoại gọi đến.

CỬA HÀNG KÍNH MẮT DR.CARTER L.MURPHY

Với sự niềm nở và lòng nhiệt tình của mình, nhân viên bán hàng sẽ có thể phục vụ khách hàng một cách chu đáo. Một khách hàng nói với chúng tôi: Mặc dù anh ta không mua kính ở cửa hàng kính mắt Dr.Carter L.Murphy, và trước đó anh ta cũng chưa từng đặt chân đến cửa hàng này, nhưng nhân viên của cửa hàng Dr.Carter L.Murphy này vẫn tận tình chữa kính cho anh ta, thậm chí còn thay một số linh kiện mà không hề có bất cứ đòi hỏi nào. Họ đã thực sự biết cách để chiếm được cảm tình của khách hàng.

NHÀ HÀNG KHẢI DUYỆT

Nếu bạn thực sự muốn học hỏi thêm về kỹ năng phục vụ thì các nhà hàng chính là môi trường rất tốt để bạn thực hiện ý định đó. Mới đây, tờ *Bưu điện Oa sinh ton* có nêu 3 tấm gương về tinh thần phục vụ đối với khách hàng, trong đó có nhân viên Susan Drosdzal của nhà hàng Khải Duyệt: Khi một vị khách nữ sơ ý đánh mất hành lý, cô Susan Drosdzal đã chủ động chuẩn bị cho bà ta một số trang phục. Việc làm của cô Susan Drosdzal thực sự rất đáng để chúng ta noi theo.

KHÁCH SẠN KỶ TRÌ

John Winke là tổ trưởng tổ bảo vệ của khách sạn Kỷ Trì, thái độ phục vụ của anh ta đối với khách hàng luôn luôn nhiệt tình và chu đáo. Anh ta đã nhanh chóng tìm thấy cặp kính mà mẹ của một cô dâu đã đánh mất và trả lại bà ta. Không chỉ có vậy, anh ta còn mang cả xích đu của nhà đến cho các em bé chơi.

KHÁCH SẠN BỐN MÙA

Thái độ phục vụ của các nhân viên khách sạn Bốn mùa rất nhiệt tình, chu đáo. Một lần, trong lúc mọi người đang tập trung tại hội trường để chờ Tổng thống đến thăm, nhân viên phục vụ Hans

Willimann đã phát hiện có một vị khách ăn mặc không đúng nghi lễ và anh ta nhanh chóng lấy lễ phục cho vị khách đó thay. Vị khách đó vốn là khách hàng thường xuyên của một công ty tư vấn và hiện nay vẫn là khách quen của khách sạn Bốn mùa.

CÔNG TY BẢO HIỂM NHÂN THỌ TÂY BẮC

Trong bộ phim Lai ố, công ty Bảo hiểm nhân thọ Tây Bắc một mực biện hộ, thanh minh cho công ty mình. Nhưng câu chuyện dưới đây thì lại nói lên một sự thật khác: Trong khi tập lái, máy bay đã bị rơi, và người học viên đã bị tử vong (tại thời điểm đó, bảo hiểm của anh ta chưa có hiệu lực). Gia đình nạn nhân không hy vọng sẽ nhận được bất kỳ sự bồi thường nào, nhưng trong nhật ký của hành trình bay, công ty bảo hiểm nhân thọ Tây Bắc đã phát hiện ra, tổng thời gian nguy hiểm mà nạn nhân đã trải qua lên tới 100 giờ đồng hồ và kết quả cuối cùng là gia đình nạn nhân được bồi thường toàn bộ.

THÊM MỘT KIỂU QUẢNG CÁO MỚI CỦA CÔNG TY LAND'S END

Thường xuyên nâng cao, thậm chí thổi phồng uy tín của công ty mình là một việc nên làm, nhưng công ty kinh doanh quần áo và đồ trang sức Land's End thì đã dùng thư cảm ơn của khách hàng để dựng

hàng loạt các chương trình quảng cáo nhằm khẳng định uy tín và sự nhiệt tình của công ty. Trong đó có việc gửi trả một món đồ chơi mà khách hàng bỏ quên hay việc được tặng luôn cả một chiếc cà vạt mẫu và sách hướng dẫn thắt cà vạt, khi khách hàng yêu cầu nhân viên của công ty hướng dẫn cách thắt cà vạt, công ty còn đổi luôn cho khách hàng một chiếc cặp mới khi chiếc cặp cũ của họ chỉ yêu cầu sửa khóa.

CÔNG TY PHẦN MỀM BMC VÀ TUẦN LỄ DÀNH CHO NGƯỜI TIÊU DÙNG CẢ NƯỚC

Chúng ta hãy cùng hưởng ứng “Tuần lễ dành cho người tiêu dùng cả nước”. Năm 1988, Hiệp hội người tiêu dùng quốc tế đã đưa ra ý định này. Đến năm 1992, Quốc hội Mỹ chính thức cho phép tổ chức hoạt động này. Đây là cơ hội rất tốt để các doanh nghiệp chú trọng hơn nữa đối với công tác phục vụ, và cũng là dịp để biểu dương những người đã làm tốt công tác phục vụ, và cũng là dịp để cảm ơn sự yêu mến và ủng hộ của khách hàng đối với công ty.

Công ty phần mềm BMC không bỏ qua cơ hội này. Họ đã tổ chức các cuộc gặp mặt và trao đổi ngay tại công ty của họ. Một trong những hoạt động mà họ tổ chức là các buổi tọa đàm bàn về công tác phục vụ đối với khách hàng. Các doanh nghiệp và mọi người đều có thể tham dự.

MỤC LỤC

<i>Phần 1.</i> Hãy nâng cốc chúc mừng cho sự hợp tác thành công	5
<i>Phần 2.</i> Hãy thả miếng mồi to để câu con cá lớn.	36
<i>Phần 3.</i> Hãy đánh vào điểm chung đó là lợi ích của những người cùng sở thích	97
<i>Phần 4.</i> Hãy vì giá trị sản phẩm của bạn	131
<i>Phần 5.</i> Muốn thu hoạch như thế nào thì hãy gieo trồng như thế ấy	176
<i>Phần 6.</i> Gây ấn tượng tốt với hách hàng ngay lần gặp đầu tiên	212
<i>Phần 7.</i> Quý khách hăng, xin mời ngồi	260
<i>Phần 8.</i> Tôi không ngốc, nhưng tôi muốn dễ dàng và thuận tiện	284
<i>Phần 9.</i> Hãy mở cánh cửa thành công	327
<i>Phần 10.</i> Độc nhất vô nhị, chỉ mình bạn mới có	360
<i>Phần 11.</i> Tôi được mệnh danh là số một	410

NHÀ XUẤT BẢN VĂN HÓA - THÔNG TIN

43 Lò Đúc - Hà Nội

1001 CÁCH GIỮ CHÂN KHÁCH HÀNG

Chịu trách nhiệm xuất bản

VŨ AN CHƯƠNG

Chịu trách nhiệm bản thảo

PHẠM NGỌC LUẬT

Biên tập : ĐẶNG THỊ HUỆ

Bìa : MINH VŨ

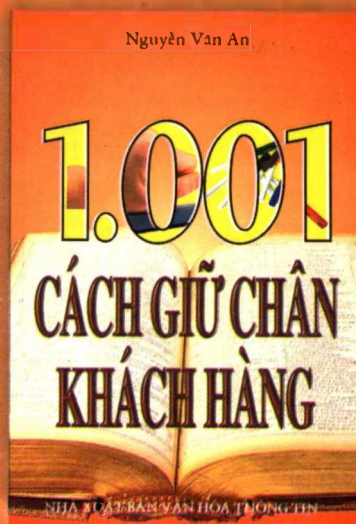
Trình bày : THU OANH

Sửa bản in : LƯU SƠN

In 800° khổ 13 x19cm. Tại số 2 Phạm Ngũ Lão XN in15.

Giấy chấp nhận kế hoạch xuất bản số: 1486 - XB - QLXB / 65 - VHTT
cấp ngày 16-12-2002

In xong và nộp lưu chiểu quý II năm 2003



Nếu như bạn đang trên con đường đi tìm chính mình, tìm kiếm những cao kiến của các chuyên gia, hay học hỏi một số phương diện nào đó của những doanh nghiệp hàng đầu nhằm thiết lập mối quan hệ gắn bó của khách hàng đối với mình, thì có thể bạn đã tìm thấy rồi đó nếu như trên tay bạn có cuốn sách này. Bạn sẽ tìm thấy 1001 đáp án trong việc làm thế nào để thiết lập được mối quan hệ gắn bó với khách hàng. Những đáp án này đều được rút ra từ kết quả thực tiễn sinh động.

Bí quyết kinh doanh không thể tìm thấy ở đâu khác, những ý tưởng mới mẻ đều ở trong cuốn sách này!

Giá: 42.000đ