

BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
TRƯỜNG ĐẠI HỌC DÂN LẬP HẢI PHÒNG

PHẠM NGỌC HÙNG

**PHÂN HỆ KHÁCH HÀNG VÀ HỢP ĐỒNG TRONG CRM
CỦA DOANH NGHIỆP VÀ PHÁT TRIỂN ỨNG DỤNG Ở
VIETTEL HẢI PHÒNG**

LUẬN VĂN THẠC SĨ CÔNG NGHỆ THÔNG TIN

CHUYÊN NGÀNH: HỆ THỐNG THÔNG TIN

MÃ SỐ: 60480104

NGƯỜI HƯỚNG DẪN KHOA HỌC:

TS. LÊ VĂN PHÙNG

Hải Phòng, 2017

LỜI CẢM ƠN

Đầu tiên tôi xin gửi lời cảm ơn chân thành đến thầy **TS. Lê Văn Phùng** - Viện Công nghệ thông tin - Viện khoa học và công nghệ Việt Nam đã tận tình hướng dẫn, chỉ bảo cho tôi trong suốt quá trình tôi làm luận văn.

Tôi cũng xin gửi lời cảm ơn đến các thầy cô trường Đại học Dân lập Hải Phòng đã truyền đạt những kiến thức và giúp đỡ tôi trong suốt quá trình học của mình.

Tôi cũng xin gửi lời cảm ơn tới các đồng nghiệp, gia đình và bạn bè những người đã động viên tạo mọi điều kiện giúp đỡ tôi trong suốt hai năm học vừa qua.

LỜI CAM ĐOAN

Tôi xin cam đoan rằng đây là công trình nghiên cứu của tôi trong đó có sự giúp đỡ rất lớn của thầy hướng dẫn và các đồng nghiệp ở cơ quan. Các nội dung nghiên cứu và kết quả trong đề tài này là hoàn toàn trung thực.

Trong luận văn tôi có tham khảo đến một số tài liệu của một số tác giả đã được liệt kê tại phần tài liệu tham khảo ở cuối luận văn.

Hải Phòng, ngày 10 tháng 11 năm 2017

Tác giả

Phạm Ngọc Hưng

MỤC LỤC

DANH MỤC CÁC CHỮ VIẾT TẮT	4
MỞ ĐẦU	5
CHƯƠNG 1: TỔNG QUAN VỀ QUẢN TRỊ QUAN HỆ KHÁCH HÀNG	7
1.1. Giới thiệu về quản trị quan hệ khách hàng (CRM).....	7
1.1.1. CRM trong hệ thống quản lý của doanh nghiệp	7
1.1.2. Hiện trạng CRM ở Việt Nam	9
1.1.3. Mô hình hệ thống CRM	10
1.1.4. Các chức năng của CRM.....	13
1.2. Mô hình quản lý khách hàng và hợp đồng.....	13
1.2.1. Mô hình quản lý chung về khách hàng	13
1.2.2. Mô hình quản lý hợp đồng	14
CHƯƠNG 2: MÔ HÌNH HÓA PHÂN HỆ QUẢN LÝ KHÁCH HÀNG VÀ HỢP ĐỒNG.....	16
2.1. Mô tả hoạt động nghiệp vụ quy trình quản lý khách hàng và hợp đồng.....	16
2.1.1. Đặc tả yêu cầu quy trình quản lý quan hệ khách hàng.....	16
2.1.1.1. Quy trình thêm mới tiềm năng	16
2.1.1.2. Quy trình chuyển đổi tiềm năng.....	16
2.1.1.3. Quy trình quản lý tổ chức.....	16
2.1.1.4. Quy trình quản lý cơ hội	17
2.1.1.5. Quy trình quản lý chiến dịch.....	17
2.1.1.6. Quy trình quản lý hợp đồng	18
2.1.2. Mô hình quản lý quan hệ khách hàng	18
2.1.2.1. Mô hình hoạt động thêm mới khách hàng tiềm năng	18
2.1.2.2. Mô hình hoạt động chuyển đổi tiềm năng.....	21
2.1.2.3. Mô hình hoạt động quản lý tổ chức	23
2.1.2.4. Mô hình hoạt động quản lý Cơ hội	27
2.1.2.5. Mô hình hoạt động quản lý chiến dịch.....	31

2.1.3. Mô hình hoạt động quản lý hợp đồng	32
2.2. Mô hình chức năng phân hệ quản trị quan hệ khách hàng và hợp đồng.....	34
2.2.1. Xác định mục tiêu	34
2.2.2. Xác định các chức năng	35
2.2.3. Mô hình chức năng mức gộp	36
2.3. Mô tả chi tiết các chức năng quản lý khách hàng và hợp đồng	41
2.3.1. Chức năng quản lý khách hàng	41
2.3.2.4. Chức năng tìm kiếm hợp đồng.....	49
2.3.2.5. Chức năng quản lý nhiệm vụ	49
2.3.2.3. Chức năng xóa hợp đồng	50
2.4. Mô hình phân tích nghiệp vụ quản lý khách hàng và hợp đồng	50
2.4.1. Chức năng cập nhật khách hàng.....	50
2.4.2. Chức năng cập nhật các hoạt động của hợp đồng	52
CHƯƠNG 3: XÂY DỰNG CHƯƠNG TRÌNH QUẢN LÝ KHÁCH HÀNG VÀ	
HỢP ĐỒNG TẠI VIETTEL HẢI PHÒNG.....	54
3.1. Thực trạng quản lý khách hàng và hợp đồng tại Viettel Hải Phòng	55
3.1.1. Đặc điểm về khách hàng và thị trường tiêu thụ	55
3.1.2 Đặc điểm về kỹ thuật hạ tầng	55
3.1.3. Công tác phân loại khách hàng	56
3.1.4. Công cụ sử dụng hướng tới khách hàng.....	57
3.1.5. Xây dựng mối quan hệ	58
3.1.6. Đánh giá hiệu quả.....	58
3.1.7. Những thành công, hạn chế và nguyên nhân	59
3.2. Input, Output của Phân hệ Quản lý Khách và Hợp đồng.....	59
3.2.1. Input	59
3.3. Thiết kế CSDL cho Phân hệ quản lý khách và hợp đồng	68
3.3.1. Các bảng Danh mục	68
3.3.2 Hệ thống các khoản mục dữ liệu cần quản lý	72
3.3.3. Mô hình CSDL quan hệ:	75

3.3.4. Mô hình thực thể_mối quan hệ (mô hình E_R)	78
3.3.5. Thiết kế CSDL mức vật lý	79
3.4. Yêu cầu chương trình thử nghiệm.....	81
3.5. Các giao diện chính của chương trình.....	81
3.6. Kết quả và đánh giá những ưu khuyết điểm, hướng mở rộng.....	86
KẾT LUẬN	87
TÀI LIỆU THAM KHẢO.....	88

DANH MỤC CÁC CHỮ VIẾT TẮT

CRM	Customer Relationship Management - Quản trị Quan hệ Khách hàng
CSDL	Cơ sở dữ liệu
CSKH	Chăm sóc khách hàng
DN	Doanh nghiệp
KH	Khách hàng
TC	Tổ chức
TC/DN	Tổ chức/Doanh nghiệp

MỞ ĐẦU

Hệ thống thông tin quản lý quan hệ khách hàng - CRM (*Customer relationship management*) là một phương pháp giúp các doanh nghiệp tiếp cận và giao tiếp với khách hàng một cách có hệ thống và hiệu quả, quản lý các thông tin của khách hàng như thông tin về tài khoản, hợp đồng giữa doanh nghiệp và khách hàng và các vấn đề khác nhằm phục vụ khách hàng tốt hơn. Các mục tiêu tổng thể là tìm kiếm, thu hút, giành niềm tin khách hàng mới, duy trì những đối tác đã có, lôi kéo khách hàng cũ trở lại, giảm chi phí tiếp thị và mở rộng dịch vụ khách hàng. Việc đo lường và đánh giá mối quan hệ với khách hàng là rất quan trọng trong mục tiêu thực hiện chiến lược.

CRM là một thuật ngữ đã trở nên quen thuộc với nhiều doanh nghiệp, việc áp dụng CRM giúp các doanh nghiệp phát triển mối quan hệ của mình với khách hàng. Dựa trên những thông tin có được về khách hàng, có thể đưa ra những chiến lược marketing, bán hàng và chăm sóc khách hàng phù hợp với từng đối tượng. Việc thiết lập CRM đã được khởi động từ giữa những năm 1980, đó là khi các công ty lớn như Oracle và Sybase bắt đầu giới thiệu những cơ sở dữ liệu có khả năng quản lý hồ sơ và các thông tin về khách hàng. Đồng thời, các nhà phân tích trong lĩnh vực công nghiệp đã nêu lên tính cần thiết của một "cơ sở dữ liệu khách hàng thống nhất". Nhờ đó, những người trong lĩnh vực bán hàng, marketing và cung cấp dịch vụ có thể trao đổi thông tin về khách hàng với nhau một cách dễ dàng.

Viettel Hải Phòng là một doanh nghiệp hoạt động kinh doanh trong lĩnh vực viễn thông - CNTT, là lĩnh vực hoạt động rất nhạy cảm, giá trị của sản phẩm dịch vụ liên kết trực tiếp với người sử dụng là khách hàng. Việc quản lý tốt khách hàng giúp Viettel Hải Phòng cải thiện mối quan hệ trực tiếp, một chính sách quan hệ khách hàng hợp lý là điều sống còn để Viettel Hải Phòng có thể tồn tại và phát triển. Xuất phát từ thực tế đó, tôi chọn đề tài: **“Phân hệ**

khách hàng và hợp đồng trong CRM của doanh nghiệp và phát triển ứng dụng ở Viettel Hải Phòng” làm luận văn của mình.

Cấu trúc của luận văn gồm những nội dung chính sau đây:

MỞ ĐẦU

Phần này trình bày ý nghĩa và lý do chọn đề tài “ **Phân hệ khách hàng và hợp đồng trong CRM của doanh nghiệp và phát triển ứng dụng ở Viettel Hải Phòng** ” để nghiên cứu trong luận văn của mình. Cũng trong phần này tôi sẽ giới thiệu nội dung và cấu trúc của luận văn.

CHƯƠNG 1: TỔNG QUAN VỀ QUẢN TRỊ QUAN HỆ KHÁCH HÀNG

Chương này giới thiệu về quản trị quan hệ khách hàng (CRM) và mô hình quản lý khách hàng và hợp đồng.

CHƯƠNG 2: MÔ HÌNH HÓA PHÂN HỆ QUẢN LÝ KHÁCH HÀNG VÀ HỢP ĐỒNG

Chương này trình bày về hoạt động nghiệp vụ quy trình quản lý khách hàng và hợp đồng. Mô hình chức năng phân hệ quản trị quan hệ khách hàng và hợp đồng. Mô tả chi tiết các chức năng quản lý khách hàng và hợp đồng. Mô hình phân tích nghiệp vụ quản lý khách hàng và hợp đồng.

CHƯƠNG 3: XÂY DỰNG CHƯƠNG TRÌNH QUẢN LÝ KHÁCH HÀNG VÀ HỢP ĐỒNG TẠI VIETTEL HẢI PHÒNG

Chương này trình bày về Thực trạng quản lý khách và hợp đồng tại Viettel Hải Phòng, các chức năng xử lý của Phân hệ quản lý khách hàng và hợp đồng. Thiết kế cơ sở dữ liệu cho Phân hệ quản lý khách hàng và hợp đồng, chương trình thử nghiệm, các giao diện chính của chương trình. Kết quả và đánh giá những ưu khuyết điểm, hướng mở rộng.

KẾT LUẬN:

Trong phần này tổng kết lại những kết quả đã đạt được và chưa đạt được. Từ đó nêu lên những hướng nghiên cứu, phát triển tiếp theo.

PHỤ LỤC:

Phần phụ lục sẽ cung cấp thông tin về tài liệu tham khảo.

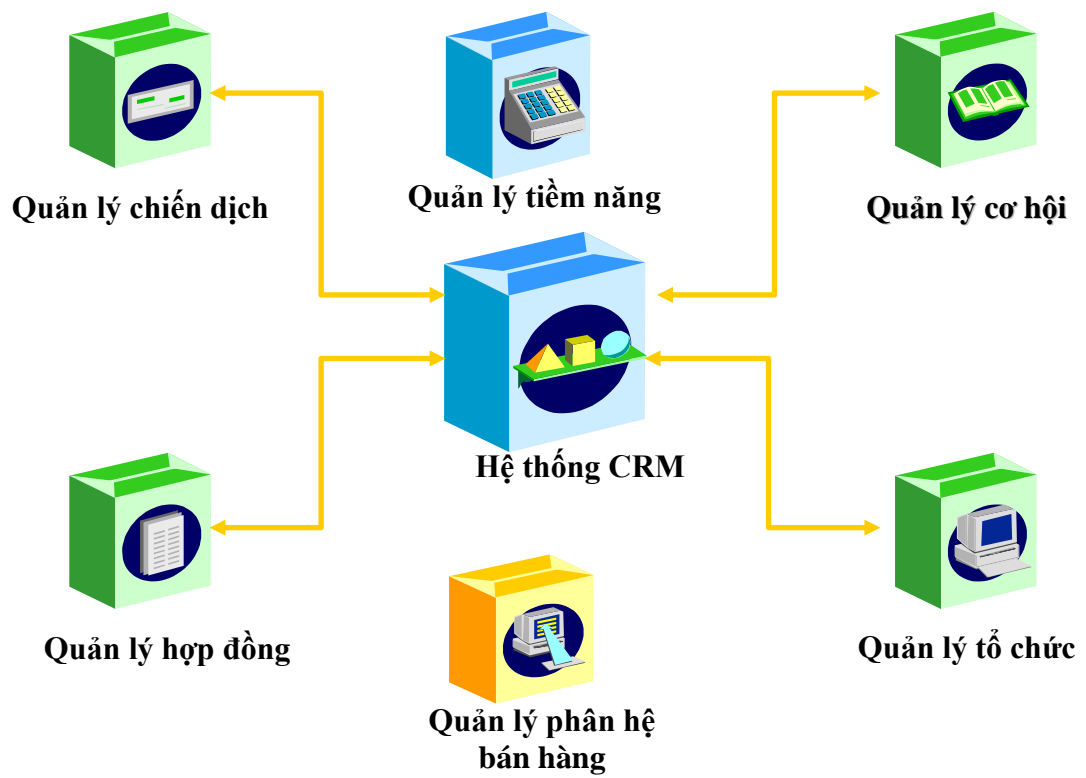
CHƯƠNG 1: TỔNG QUAN VỀ QUẢN TRỊ QUAN HỆ KHÁCH HÀNG

1.1. Giới thiệu về quản trị quan hệ khách hàng (CRM)

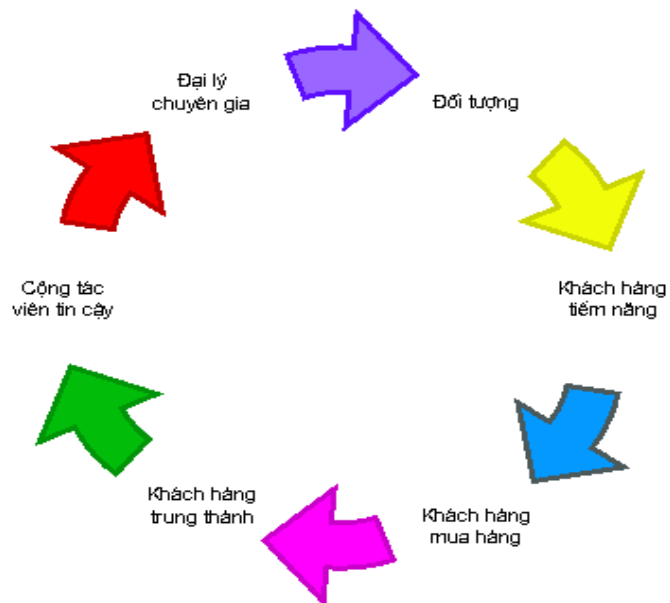
1.1.1. CRM trong hệ thống quản lý của doanh nghiệp

Hệ thống quản trị quan hệ khách hàng (CRM) là một thuật ngữ được dùng liên quan tới một loạt hoạt động của doanh nghiệp, do phần mềm máy tính hỗ trợ, giúp doanh nghiệp quản lý một cách hiệu quả mối quan hệ giữa khách hàng với doanh nghiệp (DN). Đồng thời quản lý, theo dõi và đánh giá các hoạt động trong doanh nghiệp bao gồm: phân tích khách hàng, chiến lược phát triển khách hàng, quản lý mua hàng, quản lý chiến dịch tiếp thị đến khách hàng, quản lý cơ hội, dự báo tiềm năng khách hàng v.v...[11]. Mục tiêu tổng quát của hệ thống CRM là đảm bảo việc quản lý tốt nhất mối quan hệ giữa quan hệ khách hàng với doanh nghiệp, sử dụng hiệu quả nguồn nhân lực của doanh nghiệp cho việc quản trị quan hệ khách hàng để từ đó đưa ra được các chiến lược bán hàng, tiếp thị với hiệu quả cao nhất cho doanh nghiệp.

Với sự trợ giúp của một chương trình CRM hiệu quả, DN có thể phân tích thấu đáo mọi thông tin về mỗi khách hàng cả ở dạng tiềm năng và thân thiết. Từ đó định ra các giá trị thực mà khách hàng có khả năng mang lại và phân loại các nhóm khách hàng theo các thị trường mục tiêu nhằm có chính sách chăm sóc hợp lý hơn. Ở một phương diện khác, CRM còn hỗ trợ đắc lực cho các doanh nghiệp khi xây dựng chiến lược marketing nhờ một hệ thống thông tin trong suốt về hồ sơ các khách hàng, giúp đơn giản hóa quá trình tiếp thị và bán hàng [11].



Hình 1: Minh họa một hệ thống CRM [11]



Hình 2: Sơ đồ chu trình biến đổi giá trị khách hàng [5]

1.1.2. Hiện trạng CRM ở Việt Nam

Ở Việt Nam, khái niệm quản trị quan hệ khách hàng còn khá mới mẻ đối với các công ty và các doanh nghiệp. Hầu hết các công ty hoặc là chưa tiến hành thực hiện công việc quản lý khách hàng hoặc là có thực hiện nhưng còn thủ công theo kiểu truyền thống là lưu trên sổ sách. Do đó việc quản trị khách hàng còn nhiều hạn chế và không hiệu quả. Nhận thấy tầm quan trọng của việc quản trị quan hệ khách hàng, nhiều công ty phần mềm cũng đã bắt đầu tiến hành nghiên cứu và phát triển. Tuy nhiên chưa có một công ty nào xây dựng được một hệ thống CRM mạnh và chuyên nghiệp. Bên cạnh một số công ty đang bắt tay vào việc xây dựng sản phẩm, thì chủ yếu các công ty phần mềm của Việt Nam việt hóa sản phẩm của nước ngoài hoặc làm đại lý hệ thống phân phối sản phẩm cho các hãng sản xuất CRM của nước ngoài. Do đó, các sản phẩm CRM đã có trên thị trường chưa tương thích hoàn toàn với môi trường doanh nghiệp của Việt Nam và chỉ tác động được vào một số nhỏ các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài. [11]

Việc triển khai CRM cho các doanh nghiệp Việt Nam còn gặp rất nhiều khó khăn, hầu hết các doanh nghiệp đều chưa triển khai CRM với nhiều lý do chủ quan và khách quan sau:

- Nhận thức: Các đối tượng triển khai CRM chủ yếu là các doanh nghiệp lớn, các doanh nghiệp Việt Nam chưa có thói quen chi trả một số tiền lớn để mua một hệ thống phần mềm quản trị quan hệ khách hàng của họ. Phần lớn các doanh nghiệp chỉ dừng lại ở mức triển khai một số hệ thống phần mềm như kế toán, quản lý nhân lực và một số phần mềm quản lý khác cho các bộ phận trong công ty.
- Quy trình quản lý: Để triển khai được hệ thống CRM đòi hỏi doanh nghiệp phải có các quy trình chặt chẽ, khoa học trong mọi hoạt động. Muốn áp dụng được CRM trước hết phải chuẩn hóa quy trình nghiệp vụ, hiện nay hầu hết các doanh nghiệp Việt nam chưa có quy trình nghiệp vụ rõ ràng, cụ thể do đó không phải doanh nghiệp nào cũng dùng được CRM.
- Yêu cầu triển khai cao: CRM là một hệ thống yêu cầu dữ liệu cần được thống nhất trên tất cả các nguồn và phải là dữ liệu sạch, do vậy khi triển khai phải đảm bảo các

điều kiện cần thiết như hệ quản trị cơ sở dữ liệu phải có khả năng lưu trữ số lượng lớn, tính bảo mật cao, có khả năng hỗ trợ việc truy cập thời gian thực và cập nhật vào dữ liệu khách hàng trung tâm với khả năng chạy nhiều báo cáo quan trọng về hệ thống sản xuất, kinh doanh.

1.1.3. Mô hình hệ thống CRM

Việc xây dựng, vận hành hệ thống CRM ở mỗi doanh nghiệp thường khác nhau. Do vậy, vấn đề đầu tiên trong triển khai hệ thống CRM là phải đánh giá được mô hình CRM nào thích hợp nhất với đơn vị mình. Nhiều người thường đặt câu hỏi: “Liệu có mô hình CRM nào có thể áp dụng cho mọi DN?” Câu trả lời là “không thể”. Vì mỗi DN có tiêu chí hoạt động, mục tiêu kinh doanh và đặc thù khác nhau. Tuy nhiên, một doanh nghiệp có thể tham khảo mô hình mà số đông các DN khác lựa chọn, từ đó tham chiếu mức độ phù hợp đối với DN mình.



Hình 3: Các thành phần chủ yếu khi xây dựng mô hình CRM [11]

Như vậy, CRM nhìn chung có sáu thành phần chủ yếu

a. Xây dựng cơ sở dữ liệu chung về khách hàng

Đây là yêu cầu tiên quyết đối với mọi DN. Có nhiều phương pháp để thu thập thông tin như: tiếp xúc trực tiếp, phát phiếu điều tra, website, e-mail, điện

thoại... Vấn đề cần nhấn mạnh ở đây là phải xây dựng cơ sở dữ liệu (CSDL) chung về khách hàng (KH) và phải được coi là tài sản chung của DN chứ không phải của bất cứ cá nhân nào.

b. Phân tích, thống kê dữ liệu

Đối với các DN việc phân tích, thống kê các dữ liệu về khách hàng không phải vấn đề gì mới. Trước mỗi quyết định quan trọng, lãnh đạo DN bao giờ cũng cần được cung cấp đầy đủ các thông tin về khách hàng để làm cơ sở đánh giá. Mặc dù, dữ liệu về khách hàng và phương pháp phân tích, thống kê được thể hiện không giống nhau đối với từng DN nhưng lượng thông tin cần để đánh giá được hiện tại và tương lai của khách hàng thì thường tương đương nhau.

c. Lựa chọn khách hàng

Việc lựa chọn đối tượng khách hàng cụ thể thường cần thêm thông tin bổ sung từ những nguồn dữ liệu khác như: thông tin về thị trường, về đối thủ cạnh tranh... Nếu lựa chọn không chính xác có thể làm mất những khách hàng quan trọng trong số những khách hàng tiềm năng. Do vậy, việc đảm bảo dữ liệu, thông tin đầu vào “sạch” là điều kiện cốt tử để có được quyết định chuẩn xác trước khách hàng.

d. Xây dựng mối quan hệ

Về khía cạnh nào đó có thể gọi đây là các biện pháp lôi kéo khách hàng vì mục đích của việc xây dựng mối quan hệ là đáp ứng những yêu cầu của khách hàng ở mức cao hơn đối thủ cạnh tranh.

e. Thu thập những thông tin có liên quan đến khách hàng

Hệ thống CRM như mô tả ở trên phụ thuộc rất nhiều vào cơ sở dữ liệu khách hàng cũng như việc phân tích số liệu và xây dựng mối quan hệ khách hàng. Tuy nhiên, hệ thống CRM gặp phải một thách thức lớn như các hệ thống xử lý thông tin khác là mâu thuẫn giữa mong muốn đáp ứng nhu cầu khách hàng và lượng thông tin cần thu thập xử lý. Việc thu thập thông tin cá nhân của khách hàng cho phép DN hiểu rõ khách hàng hơn và trợ giúp tốt hơn.

Các nguồn thu thập thông tin:

Thông tin khách hàng có thể lấy từ rất nhiều nguồn: từ báo cáo chính phủ, từ các hiệp hội thương mại... Nhưng vào những thời điểm khác nhau, doanh nghiệp cần những thông tin khách hàng thích hợp khác nhau như:

- Nhóm khách hàng chi nhiều tiền nhất
- Nhóm khách hàng lâu dài
- Nhóm những khách hàng bỏ sang giao dịch với những doanh nghiệp cạnh tranh

Đồng thời doanh nghiệp cũng có thể sử dụng các thông tin về nhân khẩu học như giới tính, thu nhập, tính cách, sở thích, lối sống để xác định mục tiêu sẽ tiếp thị những loại hàng hóa và dịch vụ gì, và tiếp thị như thế nào.

f. Đánh giá hiệu quả

Một trong những giá trị lớn nhất mà các hệ thống CRM mang lại cho TC/DN chính là việc đưa ra các đánh giá có liên quan đến khách hàng .

Đánh giá hiệu quả được coi là thành phần quan trọng nhất của CRM, thể hiện ở hai góc độ: một là đánh giá hiệu quả mà CRM mang lại cho hoạt động kinh doanh của DN (đánh giá CRM), hai là đánh giá tình trạng hiện tại và xu hướng tương lai để làm cơ sở cho việc đề ra chiến lược kinh doanh và các quyết định ở một thời điểm cụ thể.

Chức năng đánh giá của CRM có nhiều cấp độ, phụ thuộc vào thông tin được cung cấp: từ số liệu thống kê đến số liệu đã được xử lý, từ đánh giá hiện tại đến các dự báo cho tương lai. Tùy nhu cầu của TC/DN mà cấp độ xử lý thông tin cần đạt được của hệ thống CRM được xác định khác nhau với các nội dung:

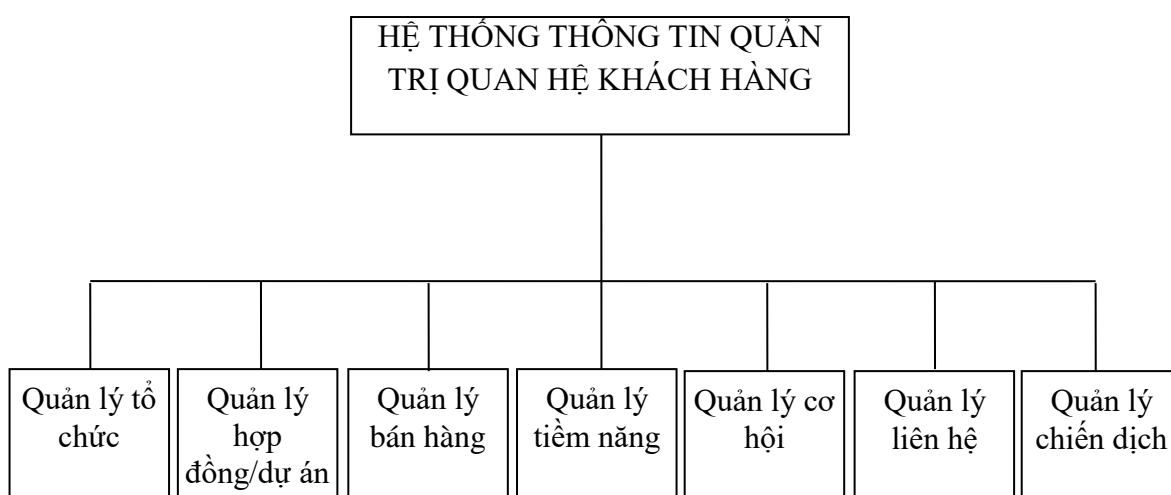
- Hoạch định chính sách của TC/DN đối với các vấn đề có liên quan đến khách hàng.
- Hoạt động của các bộ phận trực tiếp tiếp xúc với khách hàng.
- Dự báo (ngắn và dài hạn) về thị trường và khách hàng.

Hệ thống CRM trong mỗi TC/DN thường khác biệt nhau, phụ thuộc vào phương pháp, tiêu chí đánh giá, lĩnh vực kinh doanh cũng như việc kết hợp các tiêu chí trong một quyết định. Trên thực tế, áp dụng cùng lúc nhiều phương pháp, tiêu chí

đánh giá là giải pháp thường được TC/DN sử dụng để có một cái nhìn toàn diện về khách hàng và thị trường của mình.

1.1.4. Các chức năng của CRM

CRM chủ yếu quản lý các giao tiếp giữa DN với khách hàng, có mặt trong hầu hết quá trình kinh doanh của DN, cung cấp cho DN các dữ liệu thống kê, phân tích về khách hàng. Như vậy, các hoạt động trong CRM bao gồm những nội dung sau:



Hình 4: Các chức năng trong hệ thống CRM

1.2. Mô hình quản lý khách hàng và hợp đồng

1.2.1. Mô hình quản lý chung về khách hàng

Quản lý khách hàng là một trong các hoạt động quan trọng trong việc mở rộng quy trình bán hàng và tiếp thị của doanh nghiệp. Là các chi tiết thô về các cá nhân hoặc doanh nghiệp mà nhân viên bán hàng hay marketing đã thu thập được từ các buổi hội thảo hay giới thiệu sản phẩm mới, các thông báo, yêu cầu mua hàng từ các nguồn thông tin khác nhau và các chiến dịch marketing khác nhau. [1]

Khách hàng hay khách hàng tiềm năng được sử dụng để thông báo các ngoại lệ riêng hoặc liên quan đến các giai đoạn tiếp theo của quy trình bán hàng nhằm mục đích bán các sản phẩm hay dịch vụ của doanh nghiệp trong tương lai.

Trong hệ thống CRM, khách hàng tiềm năng là một sự kết hợp đúng lúc giữa công ty, con người và khả năng kinh doanh.

Với việc sử dụng quy trình quản lý khách hàng tiềm năng cho phép quản lý phân loại khách hàng tiềm năng theo nhiều chỉ tiêu thống kê khác nhau như: vị trí địa lý, theo ngành nghề kinh doanh, theo loại hình doanh nghiệp,...

Ghi nhận tất cả các hoạt động xúc tiến thương mại như gửi thư, email, gọi điện, lập lịch hẹn ... của doanh nghiệp đối với khách hàng tiềm năng.

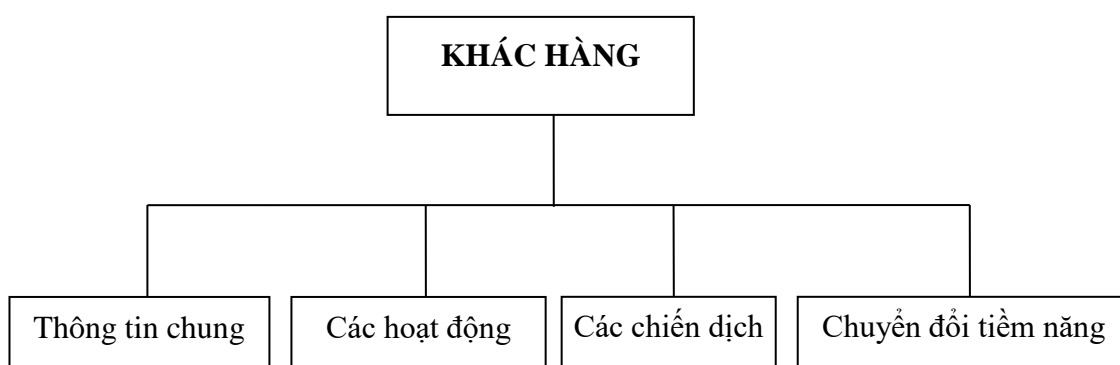
Cho phép quản lý, lưu trữ các ghi chú và các tài liệu liên quan đến khách hàng, khách hàng tiềm năng.

Chỉ định các tiềm năng đến chính xác những nhân viên bán hàng hay đối tác.

Chỉ rõ các tiềm năng như là các khả năng tiếp theo cho đến khi tiềm năng đã đạt tới một giai đoạn chắc chắn. Sau khi đã chuyển đổi tiềm năng thành các tổ chức và liên lạc được tạo ra tự động .

Ghi nhận tín hiệu marketing cho từng khách hàng tiềm năng cụ thể. [3]

Sơ đồ quản lý khách hàng:

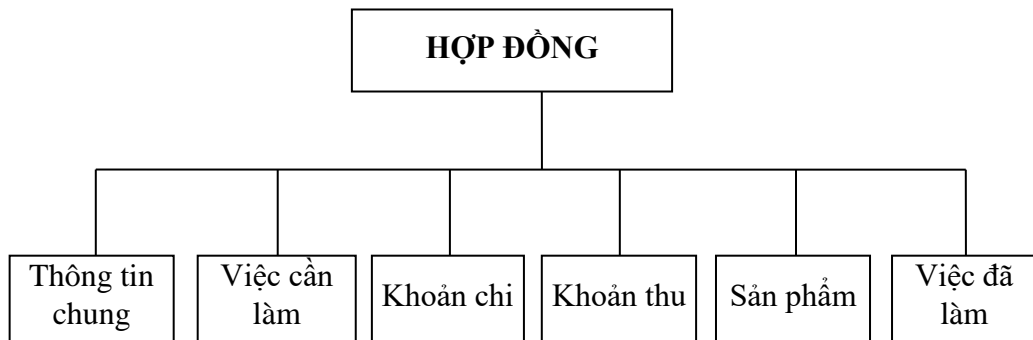


Hình 5: Sơ đồ quản lý khách hàng tiềm năng

1.2.2. Mô hình quản lý hợp đồng

Hợp đồng là một sự ký kết bằng văn bản giữa hai hay nhiều bên để thực hiện các dự án. Các công ty, doanh nghiệp sử dụng hợp đồng để xác định các điều khoản cần thiết trong hoạt động kinh doanh với các công ty, doanh nghiệp khác.

Sơ đồ quản lý hợp đồng:



Hình 6: Sơ đồ quản lý hợp đồng

CHƯƠNG 2: MÔ HÌNH HÓA PHÂN HỆ QUẢN LÝ KHÁCH HÀNG VÀ HỢP ĐỒNG

2.1. Mô tả hoạt động nghiệp vụ quy trình quản lý khách hàng và hợp đồng

2.1.1. Đặc tả yêu cầu quy trình quản lý quan hệ khách hàng

2.1.1.1. Quy trình thêm mới tiềm năng

Tiềm năng còn là một triển vọng hay một cơ hội tiềm tàng - là đối tượng có thể trở thành khách hàng của doanh nghiệp, cho dù khả năng là rất nhỏ. Khách hàng tiềm năng có thể là người trong một hội nghị thể hiện sự quan tâm đến sản phẩm của doanh nghiệp, hay một ai đó điền vào một khuôn mẫu trên website của doanh nghiệp,... Do đó quy trình thêm mới tiềm năng sẽ gồm các hoạt động sau:

- Bộ phận quản lý khách hàng nhận yêu cầu nhập thêm khách hàng tiềm năng để thuận tiện cho việc quản lý và tiếp thị bán hàng.
- Căn cứ vào thông tin của khách hàng, bộ phận quản lý khách hàng sẽ kiểm tra, xác định nguồn gốc khách hàng và thêm mới khách hàng vào cơ sở dữ liệu.

2.1.1.2. Quy trình chuyển đổi tiềm năng

Quy trình chuyển đổi tiềm năng bao gồm các hoạt động sau:

- Bộ phận quản lý khách hàng nhận yêu cầu chuyển đổi khách hàng tiềm năng.
- Căn cứ vào mối quan hệ giữa doanh nghiệp với khách hàng tiềm năng, và mức độ quan trọng đối với các nghiệp vụ quản lý, bộ phận quản lý khách hàng sẽ thực hiện chuyển đổi khách hàng tiềm năng thành tổ chức, hoặc thành các liên hệ, hoặc trở thành các cơ hội.

2.1.1.3. Quy trình quản lý tổ chức

Tổ chức là tất cả các khách hàng, đối tác và đối thủ của doanh nghiệp. Một tổ chức bao gồm các thông tin khác nhau như tên tổ chức, địa chỉ, số điện thoại, các cơ hội bán hàng, tình huống, hoạt động,... gắn với tổ chức đó.

Quy trình quản lý tổ chức sẽ quản lý các thông tin, nhiệm vụ mà bộ phận quản lý khách hàng sẽ thực hiện như thông tin chung về tổ chức, việc cần làm, liên hệ, cơ hội, hợp đồng, tình huống, việc đã làm. [2]

Quy trình quản lý tổ chức cũng sẽ quản lý các báo cáo về tổ chức như chủ sở hữu tổ chức, khách hàng đang giao dịch, khả năng bán hàng cho tổ chức, doanh thu đạt được từ tổ chức, vai trò của người liên hệ, khách hàng cần quan tâm, báo cáo về đối tác, vai trò người liên hệ trong cơ hội.

2.1.1.4. Quy trình quản lý cơ hội

Cơ hội là những triển vọng bán hàng hay những thương vụ đang còn thương lượng. Một cơ hội bao gồm các thông tin khác nhau như tên cơ hội, tổ chức, chiến dịch, loại, số tiền, giai đoạn, tỉ lệ...

Quy trình quản lý cơ hội sẽ quản lý các thông tin, nhiệm vụ về cơ hội bao gồm thông tin chung, việc cần làm, liên hệ, đối tác, đối thủ, sản phẩm, hoa hồng, nhật ký và việc đã làm.

Quy trình quản lý cơ hội cũng sẽ quản lý các báo cáo về cơ hội như thống kê cơ hội đã kết thúc, thống kê cơ hội theo loại, vai trò người liên hệ trong cơ hội, hồ sơ cơ hội, thống kê cơ hội theo giai đoạn, thống kê cơ hội theo tháng và sản phẩm, báo cáo nguồn gốc cơ hội, hồ sơ cơ hội theo giai đoạn, cơ hội của đối tác, cơ hội quá hạn.

2.1.1.5. Quy trình quản lý chiến dịch

Chiến dịch là một chiến lược tiếp thị bán hàng mà doanh nghiệp lập kế hoạch, quản lý và theo dõi. Đó có thể là chương trình gửi thư trực tiếp, hội thảo, ấn bản quảng cáo, gửi email, hay các loại hình tiếp thị khác.

Quy trình quản lý chiến dịch sẽ quản lý các thông tin, nhiệm vụ về chiến dịch bao gồm thông tin chung, việc cần làm, danh sách đối tượng marketing, cơ hội, việc đã làm.

Quy trình quản lý chiến dịch cũng sẽ quản lý các báo cáo về chiến dịch như người liên hệ của chiến dịch, tiềm năng của chiến dịch, phân tích đối tượng của chiến dịch, doanh thu chiến dịch theo hợp đồng, báo cáo doanh thu của chiến dịch, phân tích hiệu quả đầu tư chiến dịch.

2.1.1.6. Quy trình quản lý hợp đồng

Hợp đồng là một sự thỏa thuận bằng văn bản giữa hai hay nhiều bên. Rất nhiều công ty sử dụng hợp đồng để xác định các điều khoản cần thiết trong hoạt động kinh doanh với các công ty khác.

Quy trình quản lý hợp đồng sẽ quản lý các thông tin, nhiệm vụ về hợp đồng bao gồm thông tin chung, việc cần làm, khoản thu, khoản chi, sản phẩm, hoa hồng, nhật ký, việc cần làm.

Quy trình quản lý hợp đồng quản lý các báo cáo về hợp đồng bao gồm báo cáo tình hình thực hiện hợp đồng, doanh thu theo hợp đồng, báo cáo công nợ hợp đồng.

2.1.2. Mô hình quản lý quan hệ khách hàng

2.1.2.1. Mô hình hoạt động thêm mới khách hàng tiềm năng

Mô tả chi tiết

Mã sự kiện	Tên sự kiện	Kiểu thực hiện	Nhóm người thực hiện	Mô tả chi tiết
TN01	Yêu cầu nhập khách hàng tiềm năng	Thủ công	Bộ phận quan hệ khách hàng, marketing	Đầu vào: Yêu cầu thêm khách hàng tiềm năng Thực hiện: Tiếp nhận yêu cầu nhập mới khách hàng tiềm năng của bộ phận quan hệ khách hàng, marketing gồm các thông tin Mã hiệu, Họ và tên, Chức danh, Email, Điện thoại, Di động, Tên công ty, Lĩnh vực hoạt động, Phòng ban, Doanh thu năm, tình trạng, đánh giá... Đầu ra: Thông tin về khách hàng tiềm năng
TN02	Kiểm tra mã khách	Chương trình	Bộ phận quản lý khách hàng	Đầu vào: Thông tin về khách hàng tiềm năng Thực hiện: Bộ phận quản lý khách

Mã sự kiện	Tên sự kiện	Kiểu thực hiện	Nhóm người thực hiện	Mô tả chi tiết
	tiềm năng trong hệ thống			hàng sẽ thực hiện kiểm tra xem có tồn tại một khách hàng tiềm năng như yêu cầu ở bước TN01 trong hệ thống chưa. Nếu đã có trong danh sách thì chuyển sang bước TN03. Nếu chưa có thì chuyển sang bước TN 04 Đầu ra: Thông tin về khách hàng tiềm năng được kiểm tra trong hệ thống
TN03	Bổ sung thông tin	Chương trình	Bộ phận quản lý khách hàng	Thực hiện: Nếu khách hàng đưa thêm thông tin mới về họ thì bộ phận quản lý khách hàng sẽ cho bổ sung thông tin đó, và đưa cho bộ phận quản trị để cập nhật vào cơ sở dữ liệu
TN04	Lấy thông tin khách hàng	Thủ công	Bộ phận quản lý khách hàng	Thực hiện: Bộ phận quản lý khách hàng sẽ yêu cầu khách hàng điền đầy đủ thông tin vào một mẫu sẵn gồm các thông tin như công ty, họ tên, chức danh, điện thoại, fax, email, lĩnh vực hoạt động, phòng ban, số lượng nhân viên, doanh thu năm. Sau đó bộ phận này sẽ tổng hợp thông tin.
TN05	Kiểm tra thông tin khách hàng	Chương trình	Bộ phận quản lý khách hàng	Thực hiện: Bộ phận quản lý khách hàng sẽ xem xét về khách hàng, đánh giá khách hàng xem có triển vọng để bán hàng không, nếu tiềm năng có triển vọng thì chuyển

Mã sự kiện	Tên sự kiện	Kiểu thực hiện	Nhóm người thực hiện	Mô tả chi tiết
	tiềm năng			sang TN7, nếu không phù hợp thì chuyển sang bước TN6.
TN06	Chuyển khách sang bộ phận quản lý khác	Thủ công	Bộ phận hành chính và bộ phận quản lý khách hàng	<p>Đầu vào: Thông tin về khách hàng</p> <p>Thực hiện: Khách hàng sẽ được chuyển sang hoặc để quản lý theo dạng tổ chức, hoặc là quản lý theo dạng cơ hội, hoặc chỉ quản lý theo kiểu liên hệ. Hoặc chuyển thông tin khách hàng sang bộ phận tiếp thị để thực hiện chiến dịch giới thiệu sản phẩm tới khách hàng, đưa thông tin về các hội chợ và triển lãm sắp diễn ra</p> <p>Đầu ra: Khách hàng sẽ được chuyển sang bộ phận quản lý khác</p>
TN07	Cập nhật vào hệ thống	Chương trình	Người quản trị hệ thống	<p>Thực hiện: Bộ phận quản trị hệ thống lấy thông tin khách hàng tiềm năng từ bộ phận quản lý khách hàng và thêm mới vào cơ sở dữ liệu bao gồm các thông tin mã hiệu, tên khách hàng, tên công ty, người liên hệ, giám đốc, website, email, điện thoại, lĩnh vực hoạt động, phòng ban, số lượng nhân viên, doanh thu năm, nguồn gốc khách hàng, tình trạng khách hàng, sự đánh giá, phân loại...</p>

2.1.2.2. Mô hình hoạt động chuyển đổi tiềm năng

Mô tả chi tiết

Mã sự kiện	Tên sự kiện	Kiểu thực hiện	Nhóm người thực hiện	Mô tả chi tiết
CĐTN01	Yêu cầu chuyển đổi tiềm năng.	Thủ công	Bộ phận quản lý khách hàng.	<p>Đầu vào: Yêu cầu của bộ phận quản lý cần chuyển đổi khách hàng tiềm năng.</p> <p>Thực hiện: Bộ phận chăm sóc khách hàng nhận yêu cầu phải chuyển đổi khách hàng tiềm năng mà trước kia chưa có cơ hội bán hàng hoặc cơ hội bán hàng là rất nhỏ thành khách hàng thường xuyên, hoặc là tạo ra các cơ hội tiếp thị và bán hàng của doanh nghiệp.</p> <p>Đầu ra: Bộ phận quản lý khách hàng tiếp nhận yêu cầu và phân loại.</p>
CĐTN02	Kiểm tra tiềm năng cần chuyển đổi.	Chương trình	Bộ phận quản lý khách hàng.	<p>Đầu vào: Thông tin về danh sách khách hàng tiềm năng cần chuyển đổi.</p> <p>Thực hiện: Bộ phận quản lý khách hàng kiểm tra khách hàng tiềm năng đã có trong cơ sở dữ liệu của doanh nghiệp chưa, nếu KH tiềm năng không có thì kết thúc. Nếu đã có trong cơ sở dữ liệu thì chuyển sang bước CĐTN03.</p> <p>Đầu ra: Danh sách khách hàng tiềm năng cần chuyển đổi đã được kiểm tra.</p>

Mã sự kiện	Tên sự kiện	Kiểu thực hiện	Nhóm người thực hiện	Mô tả chi tiết
CĐTN03	Xác định đối tượng nhận chuyển đổi	Thu công	Bộ phận quản lý khách hàng	<p>Đầu vào: Thông tin về khách hàng tiềm năng cần chuyển đổi</p> <p>Thực hiện: Khách hàng tiềm năng được xem xét, đánh giá để có thể chuyển thành hoặc là tổ chức, hoặc là liên hệ, hoặc là cơ hội bán hàng.</p> <p>Đầu ra: Bộ phận quản lý khách hàng xác định được mục tiêu đối tượng khách tiềm năng cần chuyển đổi.</p>
CĐTN04	Kiểm tra trạng thái đối tượng nhận chuyển đổi	Chương trình	Bộ phận quản lý khách hàng	<p>Đầu vào: Thông tin về đối tượng mà khách tiềm năng cần chuyển đổi sang.</p> <p>Thực hiện: Bộ phận quản lý khách hàng kiểm tra trạng thái của đối tượng nhận chuyển đổi tiềm năng có phù hợp và thỏa mãn khi khách hàng tiềm năng được chuyển sang không. Nếu không phù hợp thì chuyển sang CĐTN06. Nếu phù hợp thì chuyển sang CĐTN5.</p> <p>Đầu ra: Xác định được đối tượng nhận chuyển đổi thỏa mãn yêu cầu</p>
CĐTN05	Cập nhật khách hàng tiềm năng thành đối	Chương trình	Bộ phận quản lý khách hàng	<p>Đầu vào: Thông tin về khách hàng tiềm năng được chấp nhận chuyển vào</p> <p>Thực hiện: Bộ phận quản lý khách hàng sẽ cập nhật các thông</p>

Mã sự kiện	Tên sự kiện	Kiểu thực hiện	Nhóm người thực hiện	Mô tả chi tiết
	tượng nhận chuyển đổi			tin của khách hàng tiềm năng cần chuyển đổi thành thông tin của đối tượng mới, đồng thời bổ sung thêm những thông tin còn thiếu. Đầu ra: Thông tin về đối tượng vừa nhận chuyển đổi KH tiềm năng được xác định đầy đủ
CDTN06	Tạo đối tượng mới	Chương trình	Bộ phận quản lý khách hàng	Thực hiện: Bộ phận quản lý khách hàng tiến hành tạo một đối tượng mới phù hợp với khách hàng tiềm năng cần chuyển sang. Sau đó cập nhật chuyển đổi khách hàng tiềm năng
CDTN7	Loại bỏ tiềm năng	Chương trình	Bộ phận quản lý khách hàng	Thực hiện: Bộ phận quản lý sẽ tiến hành lọc và loại bỏ khách hàng tiềm năng vừa được chuyển đổi

2.1.2.3. Mô hình hoạt động quản lý tổ chức

Mô tả chi tiết

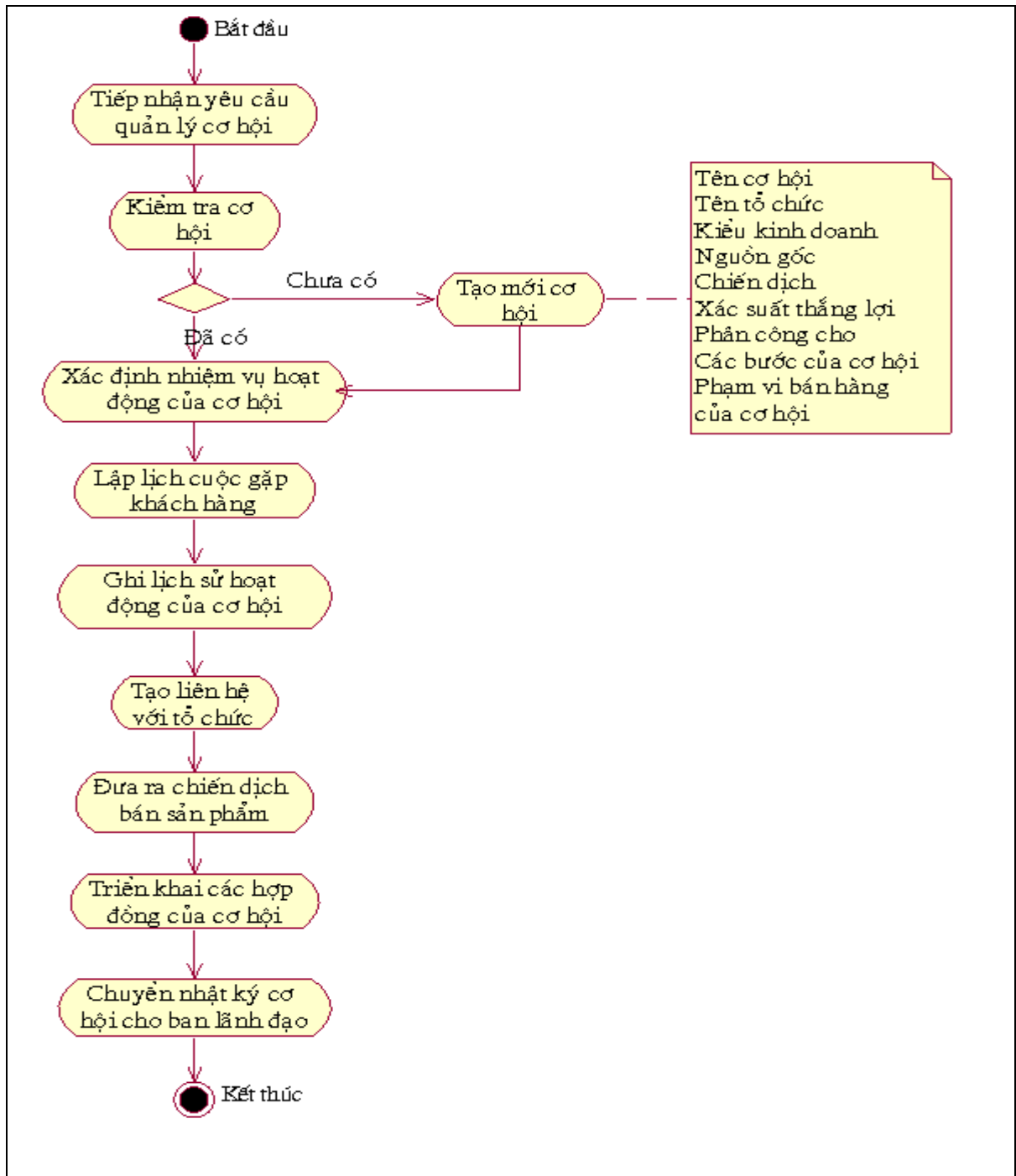
Mã sự kiện	Tên sự kiện	Kiểu thực hiện	Nhóm người thực hiện	Mô tả chi tiết
TC01	Yêu cầu quản lý tổ chức	Thủ công	Bộ phận quản lý khách hàng	Đầu vào: Yêu cầu quản lý tổ chức Thực hiện: Nhận yêu cầu quản lý tổ chức bao gồm các thông tin như tên tổ chức, địa chỉ, việc cần làm, liên hệ, cơ hội, hợp đồng, tình huống, việc đã làm, nhiệm vụ, tình trạng của

Mã sự kiện	Tên sự kiện	Kiểu thực hiện	Nhóm người thực hiện	Mô tả chi tiết
				từng nhiệm vụ, mức độ ưu tiên.. Đầu ra: Luồng thông tin về tổ chức cần quản lý
TC02	Kiểm tra tổ chức	Thủ công	Bộ phận quản lý khách hàng	Thực hiện: Bộ phận quản lý khách hàng sẽ thực hiện kiểm tra xem có tồn tại một tổ chức như yêu cầu ở bước TC01 trong hệ thống chưa. Nếu đã có trong danh sách thì chuyển sang bước TC04. Nếu chưa có thì chuyển sang bước TC 03
TC03	Thêm mới tổ chức	Chương trình	Bộ phận quản lý khách hàng	Thực hiện: Bộ phận quản lý khách hàng sẽ tiến hành thêm mới tổ chức vào hệ thống gồm các thông tin tên tổ chức, địa chỉ, điện thoại, số lượng nhân viên, quyền sở hữu, ngành nghề hoạt động, nguồn gốc...
TC04	Tạo nhiệm vụ	Chương trình	Bộ phận quản lý khách hàng	Thực hiện: Bộ phận quản lý khách hàng sẽ đưa ra nhiệm vụ hoạt động với tổ chức bao gồm tiêu đề nhiệm vụ, ngày bắt đầu, ngày kết thúc, trạng thái của nhiệm vụ, người liên hệ, có liên quan đến tài khoản nào, mức độ ưu tiên, người trực tiếp thực hiện nhiệm vụ với tổ chức
TC05	Lập lịch cuộc gặp	Thủ công	Bộ phận quản lý khách hàng	Thực hiện: Bộ phận quản lý khách hàng sẽ liên hệ với tổ chức để sắp xếp một cuộc gặp

Mã sự kiện	Tên sự kiện	Kiểu thực hiện	Nhóm người thực hiện	Mô tả chi tiết
			hàng	trao đổi những sản phẩm của doanh nghiệp, những lợi ích mà tổ chức sẽ nhận được khi làm việc với doanh nghiệp. Nội dung lập lịch cuộc gặp bao gồm chủ đề cuộc gặp, vị trí của người liên hệ, thời gian bắt đầu, phân công cho ai, thời gian hiệu lực
TC06	Lưu vết hoạt động với tổ chức	Chương trình	Bộ phận quản lý khách hàng	Thực hiện: Bộ phận quản lý khách hàng sẽ tiến hành lưu vết hoạt động với tổ chức bao gồm các thông tin như số lần đã gặp nhau, thời gian, nội dung công việc đã đạt được, thời gian gặp nhau gần nhất, người tham gia thực hiện với tổ chức...
TC06	Tạo liên hệ	Chương trình	Bộ phận quản lý khách hàng	Thực hiện: Bộ phận quản lý khách hàng tiến hành thực hiện tạo liên hệ bao gồm các thông tin như họ tên, tên tổ chức, tiêu đề cần liên hệ, điện thoại, di động, phòng ban, chủ sở hữu, nguồn gốc của khách hàng như là khách hàng cũ, khách hàng biết được từ hội chợ, từ quảng cáo, từ nhân viên,
TC07	Tạo cơ hội	Chương trình	Bộ phận quản lý khách hàng	Thực hiện: Bộ phận quản lý khách hàng tiến hành thêm cơ hội mới bao gồm các thông tin như tên cơ hội, tên tổ chức,

Mã sự kiện	Tên sự kiện	Kiểu thực hiện	Nhóm người thực hiện	Mô tả chi tiết
				kiểu kinh doanh như kinh doanh mới, kinh doanh cũ, nguồn gốc khách hàng, mục tiêu bán hàng, ngày kết thúc, người được giao thực hiện cơ hội...
TC08	Xác định hợp đồng với tổ chức	Chương trình	Bộ phận quản lý khách hàng	Thực hiện: Bộ phận quản lý tiến hành kiểm tra các hợp đồng còn đang triển khai với tổ chức hoặc xác định các hợp đồng mới mới được ký kết. Bộ phận quản trị cần thêm các thông tin về hợp đồng mới như tên hợp đồng, ngày bắt đầu, ngày dự kiến hoàn thành, mức độ ưu tiên, người trực tiếp quản lý hợp đồng...

2.1.2.4. Mô hình hoạt động quản lý Cơ hội



Hình 7: Biểu đồ hoạt động quản lý Cơ hội [5]

Mô tả quy trình

Mã sự kiện	Tên sự kiện	Kiểu thực hiện	Nhóm người thực hiện	Mô tả chi tiết
CH01	Tiếp nhận yêu cầu quản lý cơ hội	Thủ công	Bộ phận quản lý khách hàng	<p>Đầu vào: Yêu cầu quản lý cơ hội</p> <p>Thực hiện: Nhận yêu cầu quản lý cơ hội bao gồm các thông tin như thông tin chung về cơ hội, tên tổ chức, kiểu cơ hội, nguồn gốc cơ hội, chiến dịch thực hiện, mục tiêu bán hàng qua cơ hội, ngày bắt đầu cơ hội, ngày kết thúc, việc cần làm để thực hiện cơ hội, liên hệ, đối tác, đối thủ, sản phẩm, hoa hồng, nhật ký, việc đã làm</p> <p>Đầu ra: Luồng thông tin về cơ hội cần quản lý</p>
CH02	Kiểm tra cơ hội	Thủ công	Bộ phận quản lý cơ hội	<p>Thực hiện: Bộ phận quản lý khách hàng sẽ thực hiện kiểm tra xem có tồn tại một cơ hội như yêu cầu ở bước CH01 trong hệ thống chưa. Nếu đã có trong danh sách thì chuyển sang bước CH04. Nếu chưa có thì chuyển sang bước TC 03</p>
CH03	Tạo cơ hội mới	Chương trình	Bộ phận quản lý cơ hội	<p>Thực hiện: Bộ phận quản lý cơ hội sẽ tiến hành thêm mới cơ hội vào hệ thống gồm các thông tin tên cơ hội, tên tổ chức, nguồn gốc khách hàng sẽ tham gia vào cơ hội, thuộc chiến dịch nào, mục tiêu bán</p>

Mã sự kiện	Tên sự kiện	Kiểu thực hiện	Nhóm người thực hiện	Mô tả chi tiết
				hàng qua cơ hội, người được phân quản lý trực tiếp cơ hội, xác suất chiến thắng qua cơ hội
CH04	Xác định nhiệm vụ hoạt động cho cơ hội	Chương trình	Bộ phận quản lý	Thực hiện: Bộ phận quản lý sẽ xác định nhiệm vụ hoạt động cho cơ hội như tiêu đề công việc tiến hành, ngày bắt đầu, ngày kết thúc, giao cho, trạng thái của nhiệm vụ, có liên quan đến tổ chức hay chiến dịch nào, mức độ ưu tiên của nhiệm vụ...
CH05	Lập lịch cuộc gặp với khách hàng	Chương trình	Bộ phận quản lý	Thực hiện: Bộ phận quản lý sẽ liên hệ với khách hàng để sắp xếp một cuộc gặp trao đổi những sản phẩm của doanh nghiệp, những lợi ích mà khách hàng sẽ nhận được khi làm việc với doanh nghiệp. Nội dung lập lịch cuộc gặp bao gồm chủ đề cuộc gặp, vị trí của người liên hệ, thời gian bắt đầu, phân công cho ai, thời gian hiệu lực.
CH06	Ghi lịch sử hoạt động của cơ hội	Chương trình	Bộ phận quản lý khách hàng	Thực hiện: Bộ phận quản lý khách hàng sẽ tiến hành lưu vết hoạt động của doanh nghiệp với khách hàng bao gồm các thông tin như số lần đã gặp nhau, thời gian, nội dung công việc đã đạt được trong cơ hội,

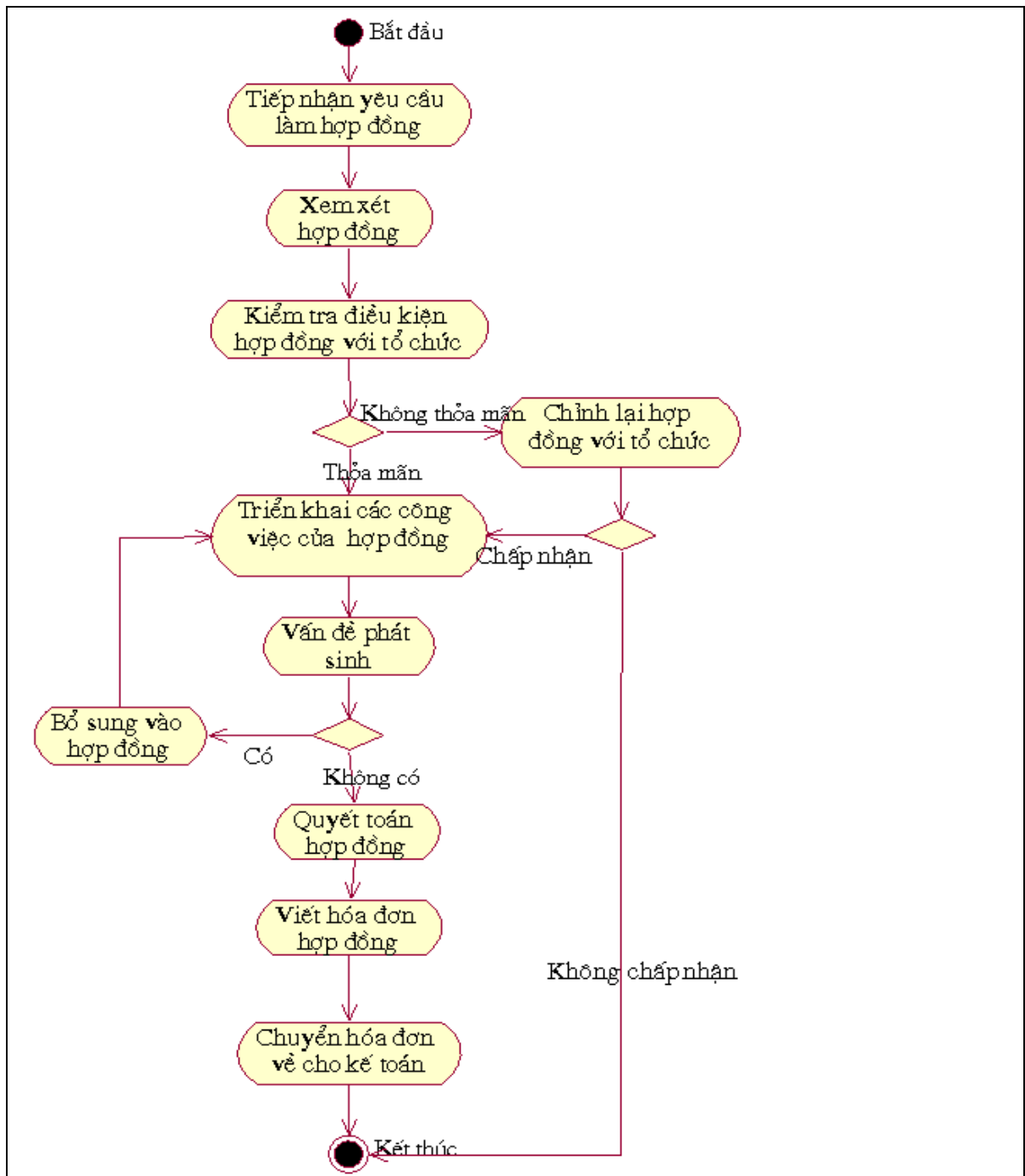
Mã sự kiện	Tên sự kiện	Kiểu thực hiện	Nhóm người thực hiện	Mô tả chi tiết
				thời gian gặp nhau gần nhất, người tham gia thực hiện với tổ chức...
CH07	Tạo liên hệ với tổ chức	Chương trình	Bộ phận quản lý khách hàng	Thực hiện: Bộ phận quản lý khách hàng tiến hành thực hiện tạo liên hệ bao gồm các thông tin như họ tên, tên tổ chức, tiêu đề cần liên hệ, điện thoại, di động, phòng ban, chủ sở hữu, nguồn gốc của khách hàng như là khách hàng cũ, khách hàng biết được từ hội chợ, từ quảng cáo, từ nhân viên,
CH08	Đưa ra chiến dịch bán sản phẩm	Chương trình	Bộ phận marketing	Thực hiện: Bộ phận marketing đưa ra chiến dịch tiếp thị như gửi thư đến khách hàng, gọi điện, và các chương trình bán hàng hấp dẫn cho khách hàng
CH09	Thực hiện các hợp đồng của cơ hội	Thủ công	Bộ phận kỹ thuật	Thực hiện: Bộ phận kỹ thuật sẽ từng bước tiến hành các hợp đồng đã ký kết được trong các cơ hội với khách hàng
CH10	Chuyển nhật ký cơ hội cho ban lãnh đạo	Chương trình	Bộ phận quản lý	Thực hiện: Bộ phận quản lý sẽ chuyển nhật ký cơ hội cho ban giám đốc để ban giám đốc biết được tình hình triển khai cơ hội và đề ra các phương hướng tiếp theo

2.1.2.5. Mô hình hoạt động quản lý chiến dịch

Mô tả chi tiết

Mã sự kiện	Tên sự kiện	Kiểu thực hiện	Nhóm người thực hiện	Mô tả chi tiết
CD01	Yêu cầu thực hiện chiến dịch	Thủ công	Bộ phận marketing và kinh doanh	Thực hiện: Tiếp nhận yêu cầu quản lý chiến dịch bao gồm các thông tin như tên chiến dịch, tổng cơ hội, cơ hội thắng, ngày bắt đầu, ngày kết thúc, danh sách đối tượng marketing...
CD02	Lập kế hoạch	Thủ công	Bộ phận kinh doanh	Thực hiện: Bộ phận kinh doanh sẽ lập kế hoạch để thực hiện chiến dịch như ngày bắt đầu chiến dịch, ngày kết thúc, mục tiêu đạt được, số lượng tổ chức sẽ tham gia...
CD03	Xác định danh sách tiếp thị	Chương trình	Bộ phận kinh doanh	Thực hiện: Bộ phận kinh doanh tiến hành xác định danh sách các tổ chức, khách hàng cần tiếp thị, phân loại các danh sách tiếp thị khác nhau
CD04	Đưa ra phương pháp tiếp thị	Thủ công	Bộ phận marketing	Thực hiện: Bộ phận marketing đề xuất ra các phương pháp tiếp thị và tiến hành thực hiện các chương trình tiếp thị đó
CD05	Theo dõi đối tượng tiếp thị	Chương trình	Bộ phận marketing	Thực hiện: Bộ phận marketing sẽ tiến hành theo dõi những tổ chức, khách hàng được tiếp thị để đánh giá hiệu quả bán hàng qua từng chiến dịch tiếp thị. Nếu việc theo dõi được thông báo ngừng lại thì chuyển qua bước CD03. Nếu tiếp tục theo dõi khách hàng thì chuyển sang bước CD06
CD06	Đánh giá cơ hội bán hàng qua chiến dịch	Chương trình	Ban quản trị và bộ phận kinh doanh	Thực hiện: Bộ phận kinh doanh sẽ gửi báo cáo kết quả bán hàng theo từng giai đoạn. Từ đó ban quản trị và bộ phận kinh doanh sẽ đánh giá kết quả bán hàng qua chiến dịch

2.1.3. Mô hình hoạt động quản lý hợp đồng



Hình 8: Biểu đồ hoạt động quản lý hợp đồng [5]

Mô tả chi tiết

Mã sự kiện	Tên sự kiện	Kiểu thực hiện	Nhóm người thực hiện	Mô tả chi tiết
HĐ01	Tiếp nhận yêu cầu hợp đồng	Thủ công	Bộ phận quản lý khách hàng	Đầu vào: Nhận yêu cầu hợp đồng của khách hàng Thực hiện: Bộ phận quản lý khách hàng ghi chép và tiếp nhận các thông tin do khách hàng cung cấp. Đầu ra: Thông tin về hợp đồng
HĐ02	Xem xét và lập yêu cầu hợp đồng	Chương trình	Bộ phận quản lý khách hàng	Đầu vào: Thông tin về hợp đồng Thực hiện: xem xét và lập các điều khoản của hợp đồng Đầu ra: Các điều khoản hợp đồng được đưa ra
HĐ03	Doanh nghiệp và khách hàng kiểm tra, và thống nhất các điều kiện hợp đồng	Thủ công	Bộ phận quản lý khách hàng	Đầu vào: Các điều khoản về hợp đồng Thực hiện: Người quản lý và khách hàng sẽ kiểm tra, thống nhất lại các điều khoản hợp đồng theo qui định. Nếu đảm bảo điều khoản hợp đồng thì chuyển sang bước HĐ05, nếu không đảm bảo điều khoản hợp đồng chuyển bước HĐ04 Đầu ra: Các điều khoản hợp đồng được xem xét lại
HĐ04	Yêu cầu đối tác chỉnh lại hợp đồng	Thủ công	Bộ phận quản lý khách hàng	Đầu vào: Các điều khoản hợp đồng Thực hiện: Bộ phận quản lý khách hàng đưa cho khách hàng xem các điều khoản của hợp đồng. Nếu khách hàng đồng ý thì chuyển sang bước HĐ05. Nếu khách hàng và doanh nghiệp không thương thảo được các điều khoản trong hợp đồng thì kết thúc

				Đầu ra: Hợp đồng được nhất trí
HĐ05	Triển khai thực hiện hợp đồng	Thủ công	Bộ phận thực hiện hợp đồng	Đầu vào: Hợp đồng cần thực hiện Thực hiện: Phòng chuyên môn thực hiện hợp đồng, nếu trong quá trình thực hiện có yêu cầu thay đổi, phát sinh thì thông báo cho khách hàng, nếu không thì chuyển sang bước HĐ06 Đầu ra: Danh sách các công việc của hợp đồng đã hoàn thành
HĐ06	Nghiêm thu và thanh toán hợp đồng	Chương trình	Bộ phận quản lý khách hàng	Thực hiện: Bộ phận kế toán và bộ phận quản lý khách hàng phối hợp nghiêm thu và xuất hóa đơn thực hiện hợp đồng Đầu ra: Hóa đơn hợp đồng được xuất
HĐ07	Chuyển hóa đơn hợp đồng cho kế toán	Thủ công	Bộ phận quản lý khách hàng	Thực hiện: Chi tiết hóa đơn hợp đồng và chuyển hoá đơn cho bộ phận kế toán để quyết toán hợp đồng
HĐ08	Kết thúc hợp đồng	Chương trình	Bộ phận quản lý khách hàng	Đầu vào: Danh sách các công việc của hợp đồng đã được hoàn thiện Thực hiện: Phòng chuyên môn thông báo hoàn thiện hợp đồng, bàn giao sản phẩm cho khách hàng, sau đó bộ phận quản lý khách hàng sẽ lưu thông tin về khách.

2.2. Mô hình chức năng phân hệ quản trị quan hệ khách hàng và hợp đồng

2.2.1. Xác định mục tiêu

Mục tiêu của phân hệ quản trị quan hệ khách hàng và hợp đồng tập trung vào quản lý hợp đồng của khách hàng và những hành vi hợp tác của khách hàng.

2.2.2. Xác định các chức năng

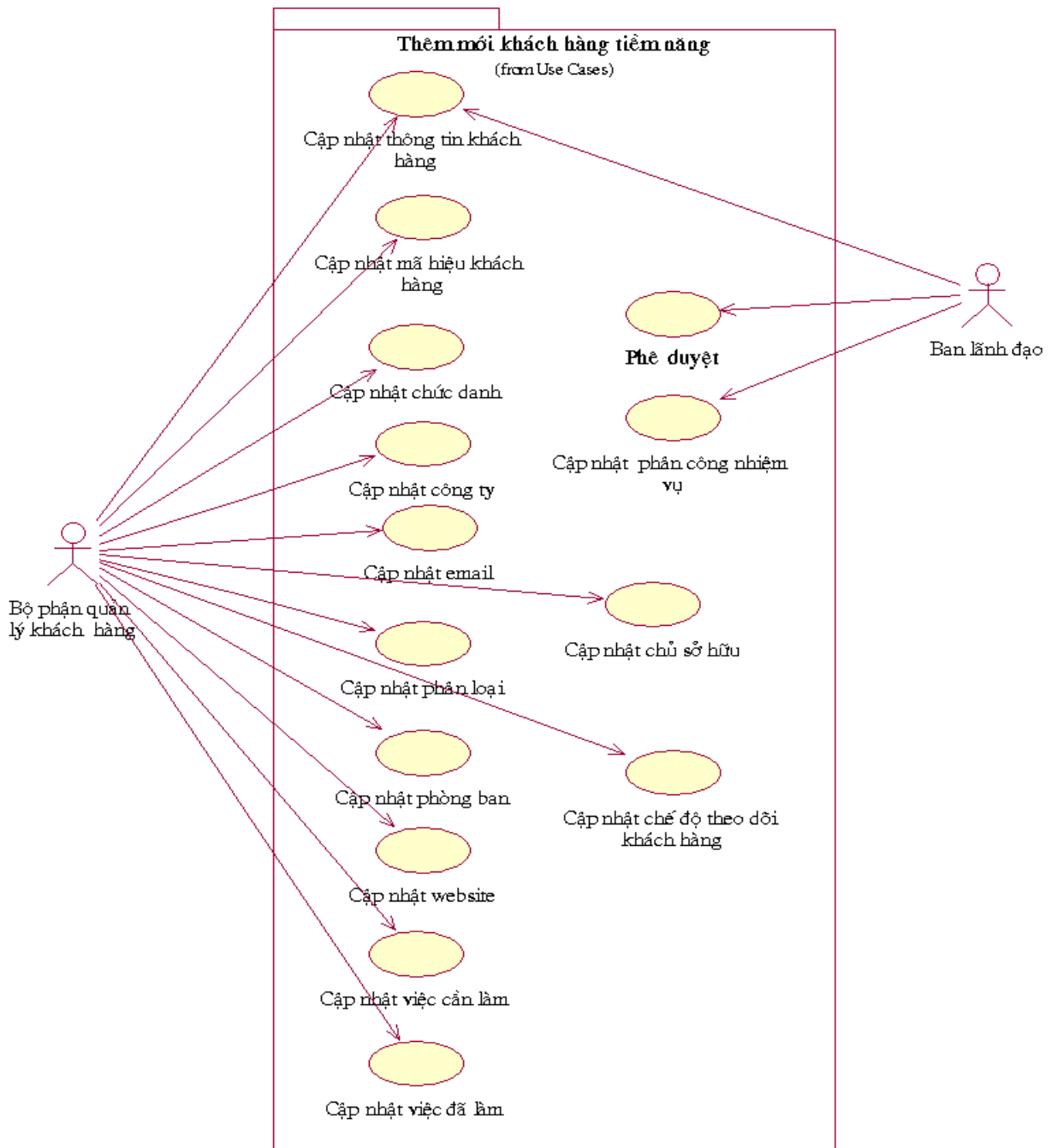
Xem xét quy trình quản trị quan hệ khách hàng, ta xác định được 5 tác nhân chính gồm: Phòng marketing, Bộ phận quản lý khách hàng, Ban lãnh đạo, Tổ chức và Bộ phận kỹ thuật.

Xuất phát từ các tác nhân hệ thống ta xác định được các chức năng sau:

- + Quản lý mã khách tiềm năng
- + Quản lý khách hàng tiềm năng
- + Quản lý phân loại khách tiềm năng
- + Quản lý việc đã làm
- + Quản lý việc cần làm
- + Quản lý website
- + Quản lý phê duyệt
- + Quản lý chủ sở hữu
- + Quản lý chế độ theo dõi khách hàng
- + Quản lý liên hệ
- + Quản lý phân loại liên hệ
- + Quản lý tổ chức
- + Quản lý phân loại tổ chức
- + Quản lý cơ hội
- + Quản lý phân loại cơ hội
- + Quản lý chuyển đổi tiềm năng
- + Quản lý tình huống
- + Quản lý lịch hẹn
- + Quản lý nhiệm vụ
- + Quản lý lĩnh vực tổ chức hoạt động
- + Quản lý nguồn gốc cơ hội
- + Quản lý chiến dịch
- + Quản lý nhật ký cơ hội

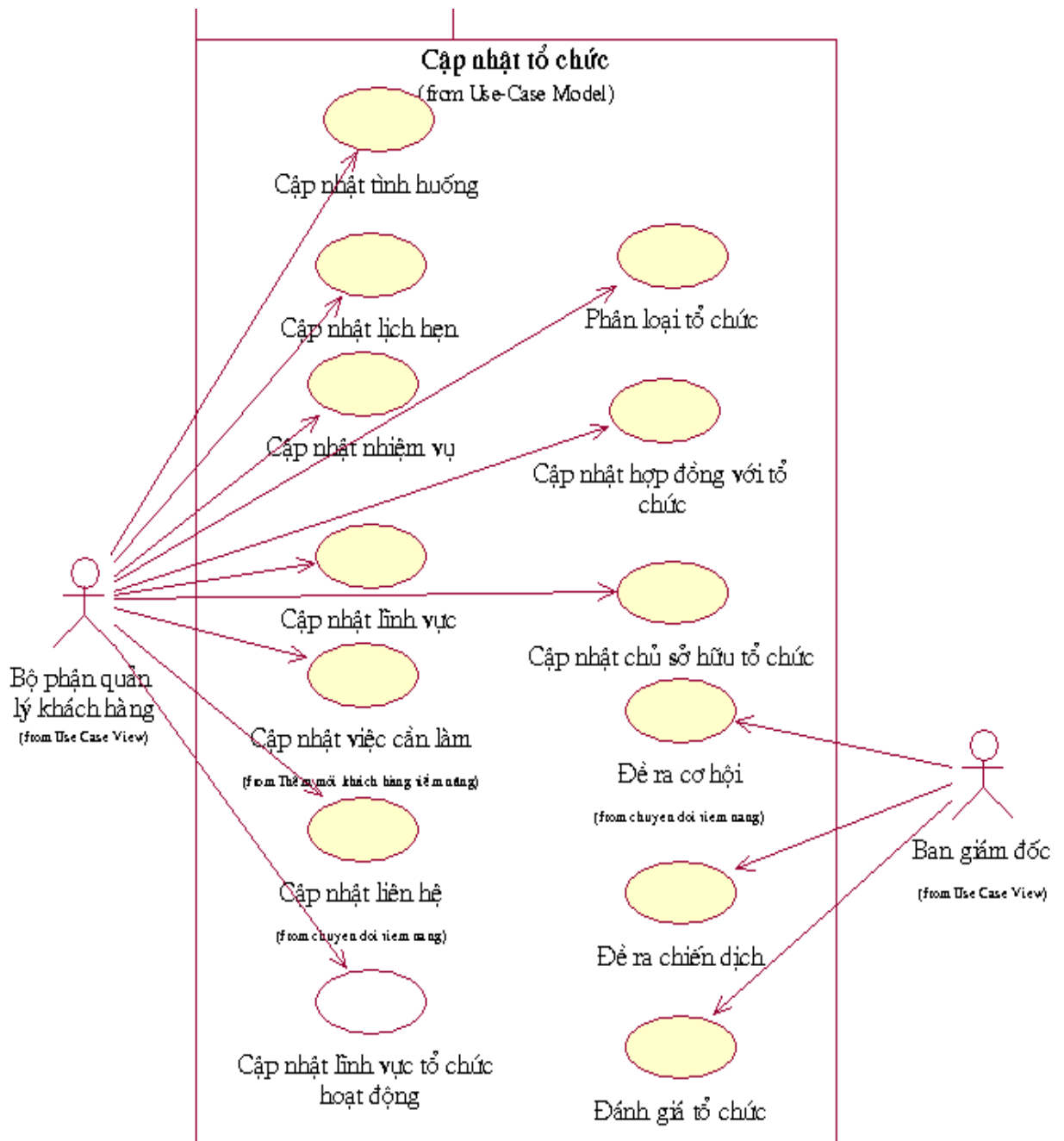
2.2.3. Mô hình chức năng mức gộp

2.2.3.1. Mô hình ca sử dụng mức gộp quy trình thêm mới tiềm năng



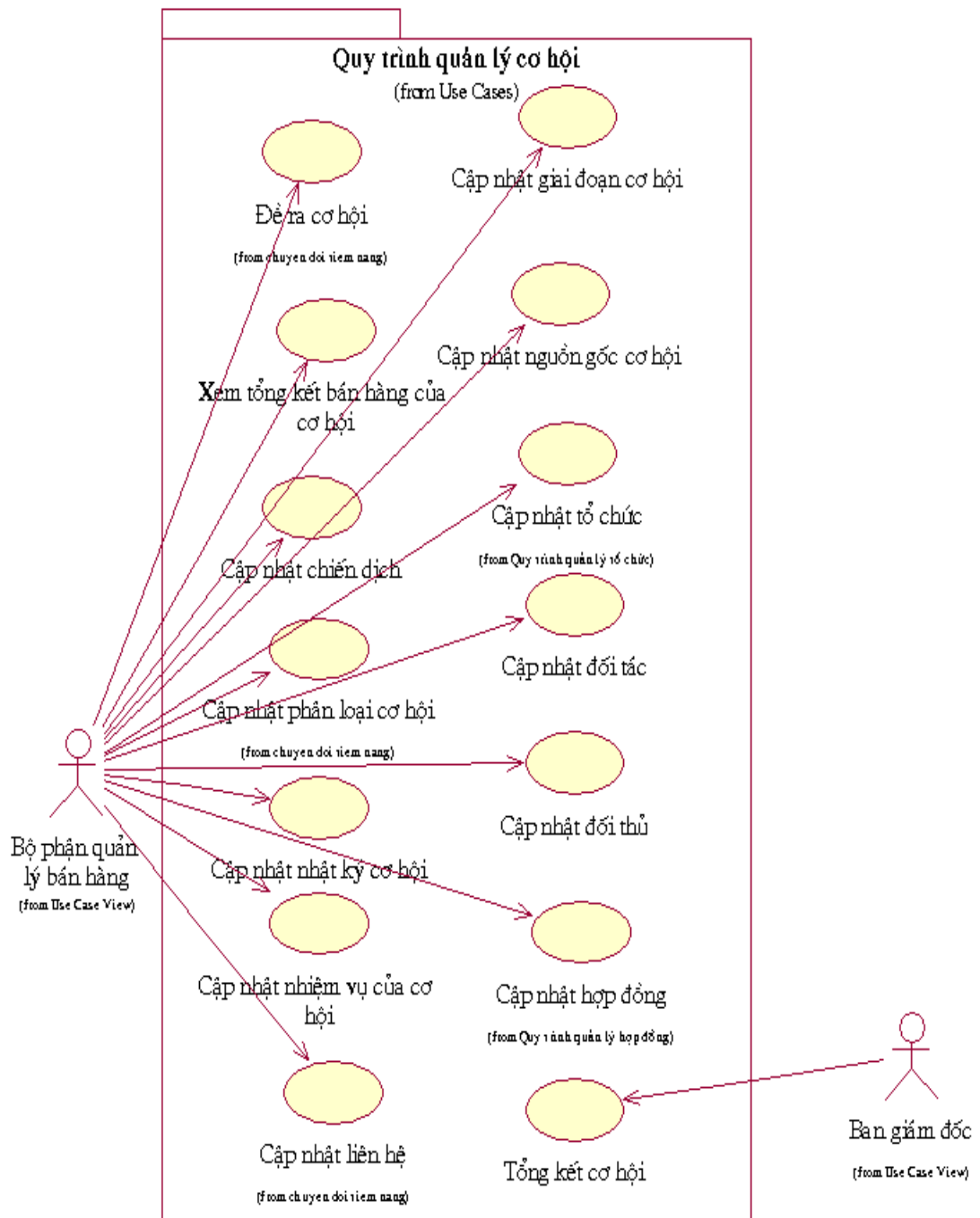
Hình 9: Mô hình ca sử dụng mức gộp quy trình thêm mới tiềm năng

2.2.3.2. Mô hình ca sử dụng mức gộp quy trình quản lý tổ chức



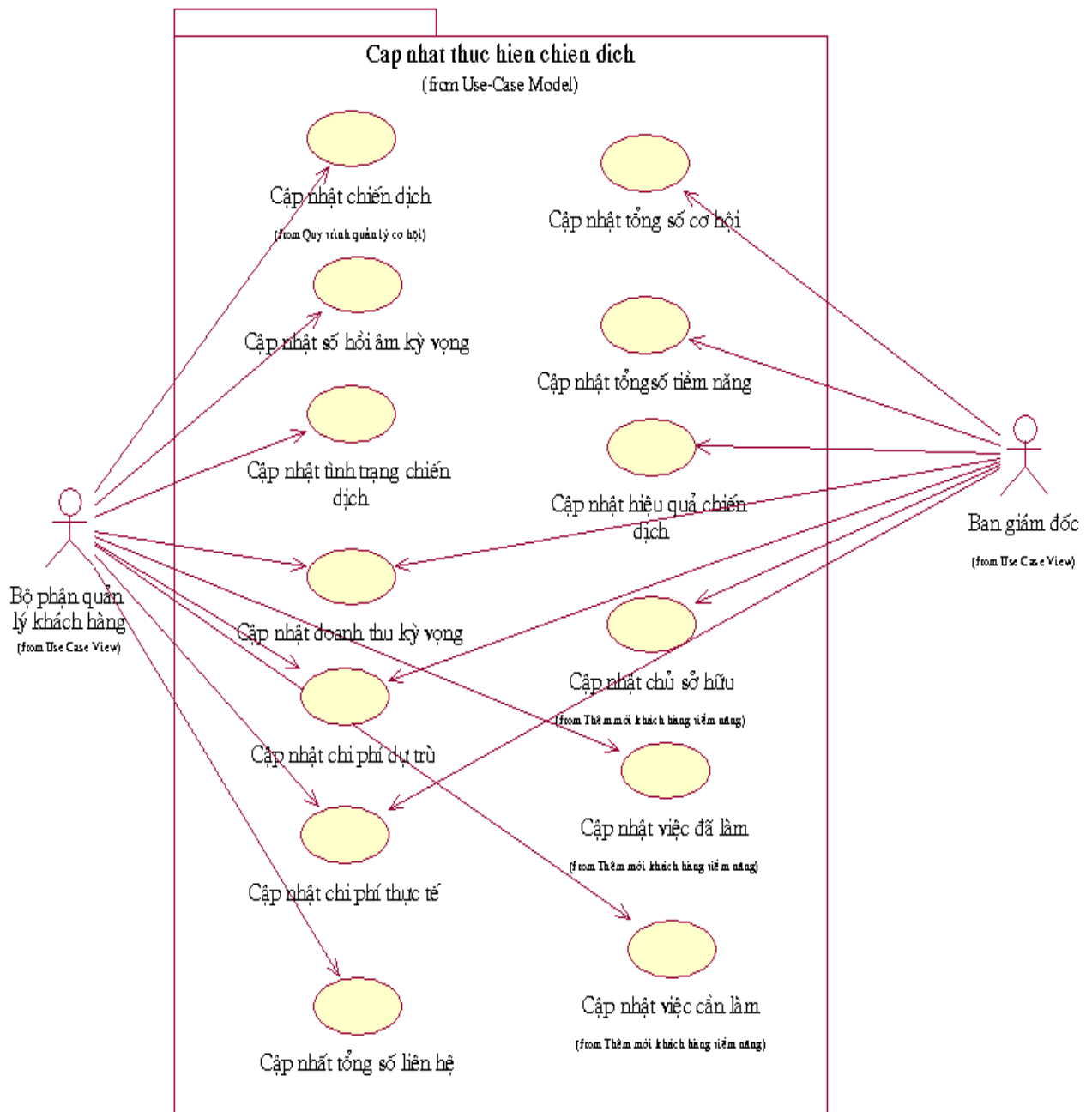
Hình 10: Mô hình ca sử dụng mức gộp quy trình quản lý tổ chức

2.2.3.3. Mô hình ca sử dụng mức gộp quy trình quản lý cơ hội



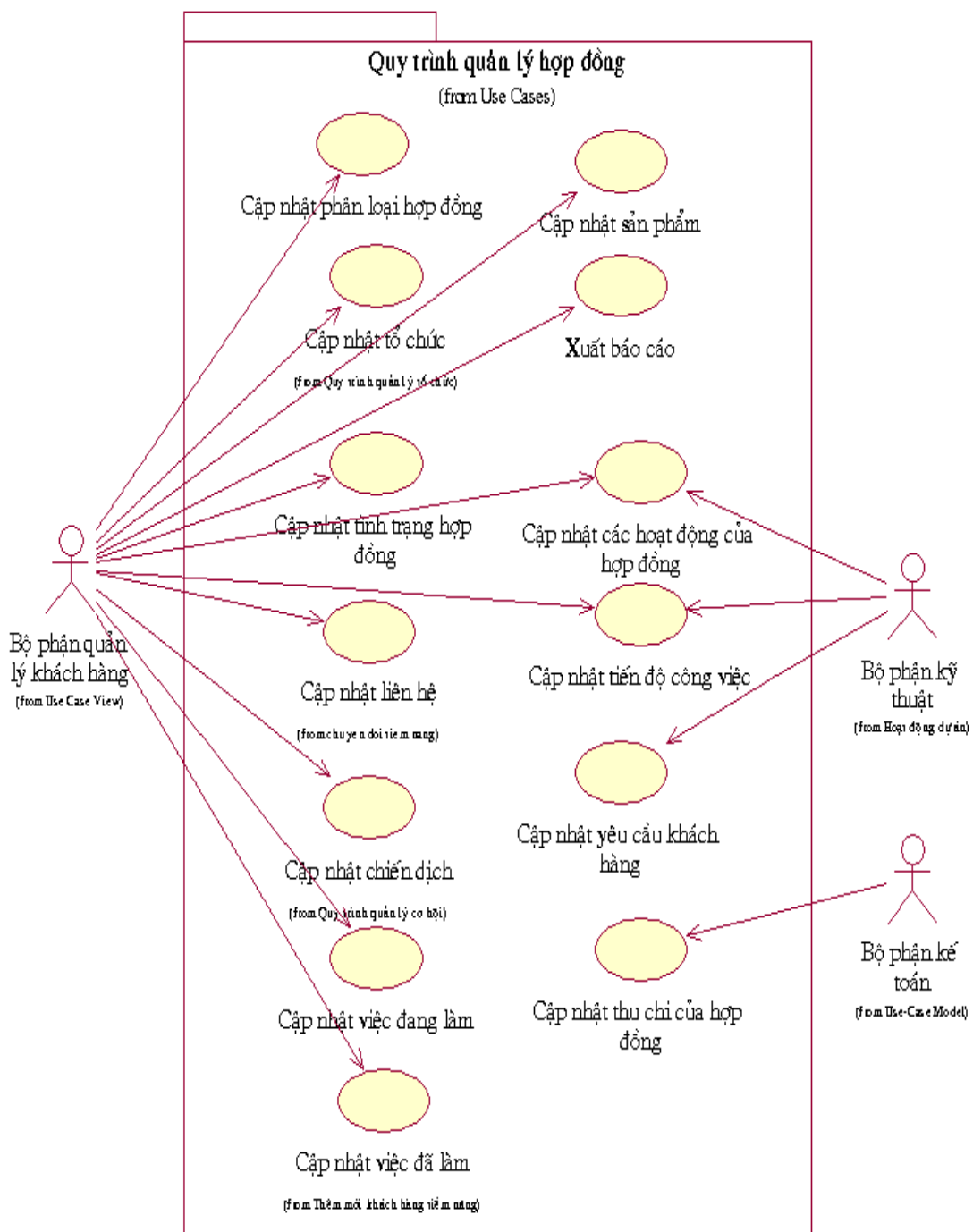
Hình 11: Mô hình ca sử dụng mức gộp quy trình quản lý cơ hội

2.2.3.4. Mô hình ca sử dụng mức gộp quy trình quản lý chiến dịch



Hình 12: Mô hình ca sử dụng mức gộp quy trình quản lý chiến dịch

2.2.3.5. Mô hình ca sử dụng mức gộp quy trình quản lý hợp đồng



Hình 13: Mô hình ca sử dụng mức gộp quy trình quản lý hợp đồng

2.3. Mô tả chi tiết các chức năng quản lý khách hàng và hợp đồng

2.3.1. Chức năng quản lý khách hàng

2.3.1.1. Chức năng thêm khách hàng tiềm năng

- Tiền điều kiện: bộ phận quản lý khách hàng đăng nhập vào hệ thống
- Hậu điều kiện: Sau khi thao tác thành công, các thông tin về khách hàng tiềm năng mới được thêm vào cơ sở dữ liệu
- Luồng sự kiện chính:

Hành động của tác nhân	Phản ứng của hệ thống	Dữ liệu liên quan
1. Chọn chức năng thêm mới khách hàng tiềm năng	2. Hiện thị form nhập thông tin về khách hàng tiềm năng	
3. Nhập các thông tin của khách hàng tiềm năng và ghi lại	4. Thêm mới thông tin khách hàng tiềm năng vào cơ sở dữ liệu	Bảng Tiemngang Bảng Nguongoc_Tiemngang Bảng Linhvuc Bảng Phongban Bảng Nhanvien Bảng Phanloai_Tiemngang Bảng Danhgia_Tiemngang

-Luồng sự kiện phụ:

- + Tại bước 4: kiểm tra thông tin nhập vào, nếu thiếu hoặc không chính xác đối với những trường bắt buộc thì yêu cầu nhập lại.
- + Sự kiện đặc biệt:
 - Bảng Nguongoc_Tiemngang được chọn từ danh sách các khách hàng tiềm năng đã có
 - Bảng Linhvuc được chọn từ danh sách các lĩnh vực đã có.
 - Bảng Phongban được chọn từ danh sách các phòng ban đã có.
 - Bảng Phanloai_Tiemngang được chọn từ danh sách các phân loại tiềm năng đã có.

2.3.1.2. Chức năng chuyển đổi khách hàng tiềm năng

-Tiền điều kiện: bộ phận quản lý khách hàng đăng nhập vào hệ thống.

-Hậu điều kiện: khách hàng tiềm năng được chuyển thành tổ chức mới hoặc liên hệ mới và bị loại khỏi cơ sở dữ liệu của danh sách khách hàng tiềm năng.

-Luồng sự kiện chính:

Hành động của tác nhân	Phản ứng của hệ thống	Dữ liệu liên quan
1. Chọn chức năng chuyển đổi khách hàng tiềm năng	2. Hiện thị form chuyển đổi khách hàng tiềm năng	Bảng Khách hàng tiềm năng
3. Chọn hình thức muốn chuyển đổi	4. Chuyển khách hàng tiềm năng thành đối tượng mới và loại khách hàng tiềm năng khỏi cơ sở dữ liệu	Bảng Tiemngang Bảng Nguongoc_Tiemngang Bảng Cohoi_Tiemngang Bảng Chiendich_Tiemngang Bảng Tochuc Bảng LoaihoatdongTiemngang Bảng LienheTiemngang Bảng Nhiemvu

2.3.1.3. Chức năng xóa khách hàng tiềm năng

-Tiền điều kiện: bộ phận quản lý khách hàng đăng nhập vào hệ thống, danh sách khách hàng tiềm năng đã có trong cơ sở dữ liệu.

-Hậu điều kiện: sau khi thao tác thành công, thông tin về khách hàng tiềm năng bị xóa khỏi cơ sở dữ liệu.

-Luồng sự kiện chính:

Hành động của tác nhân	Phản ứng của hệ thống	Dữ liệu liên quan
1. Chọn chức năng xóa khách hàng tiềm năng	2. Hiện thị danh sách tất cả các khách hàng tiềm năng	Bảng Tiemngang

3. Chọn khách hàng tiềm năng và yêu cầu xóa	4. Khách hàng tiềm năng bị xóa khỏi cơ sở dữ liệu	Bảng Tiemngang
---------------------------------------------	---------------------------------------------------	----------------

-Luồng sự kiện phụ:

Tại bước 4: xác nhận lại yêu cầu xóa khách hàng tiềm năng, nếu người dùng chắc chắn muốn xóa thì tiến hành xóa khách hàng tiềm năng ra khỏi cơ sở dữ liệu.

2.3.1.4. Chức năng tìm kiếm khách hàng tiềm năng

-Tiền điều kiện: bộ phận quản lý khách hàng đăng nhập vào hệ thống

-Hậu điều kiện: sau khi thao tác thành công, hiển thị đầy đủ các thông tin về khách hàng tiềm năng cần tìm.

-Luồng sự kiện chính:

Hành động của tác nhân	Phản ứng của hệ thống	Dữ liệu liên quan
1. Chọn chức năng tìm kiếm khách hàng tiềm năng	2. Hiển thị form tìm kiếm khách hàng tiềm năng	
3. Nhập các điều kiện tìm kiếm của khách hàng tiềm năng	4. Hiển thị form thông tin các khách hàng tiềm năng tìm được	Bảng Tiemngang

-Luồng sự kiện phụ:

Tại bước 4: nếu không tìm thấy khách hàng tiềm năng thỏa mãn điều kiện thì yêu cầu nhập lại điều kiện tìm kiếm hoặc dừng.

Sau khi tìm kiếm được công việc có thể tiến hành xóa hoặc sửa thông tin các công việc của hợp đồng.

2.3.2. Chức năng quản lý hợp đồng

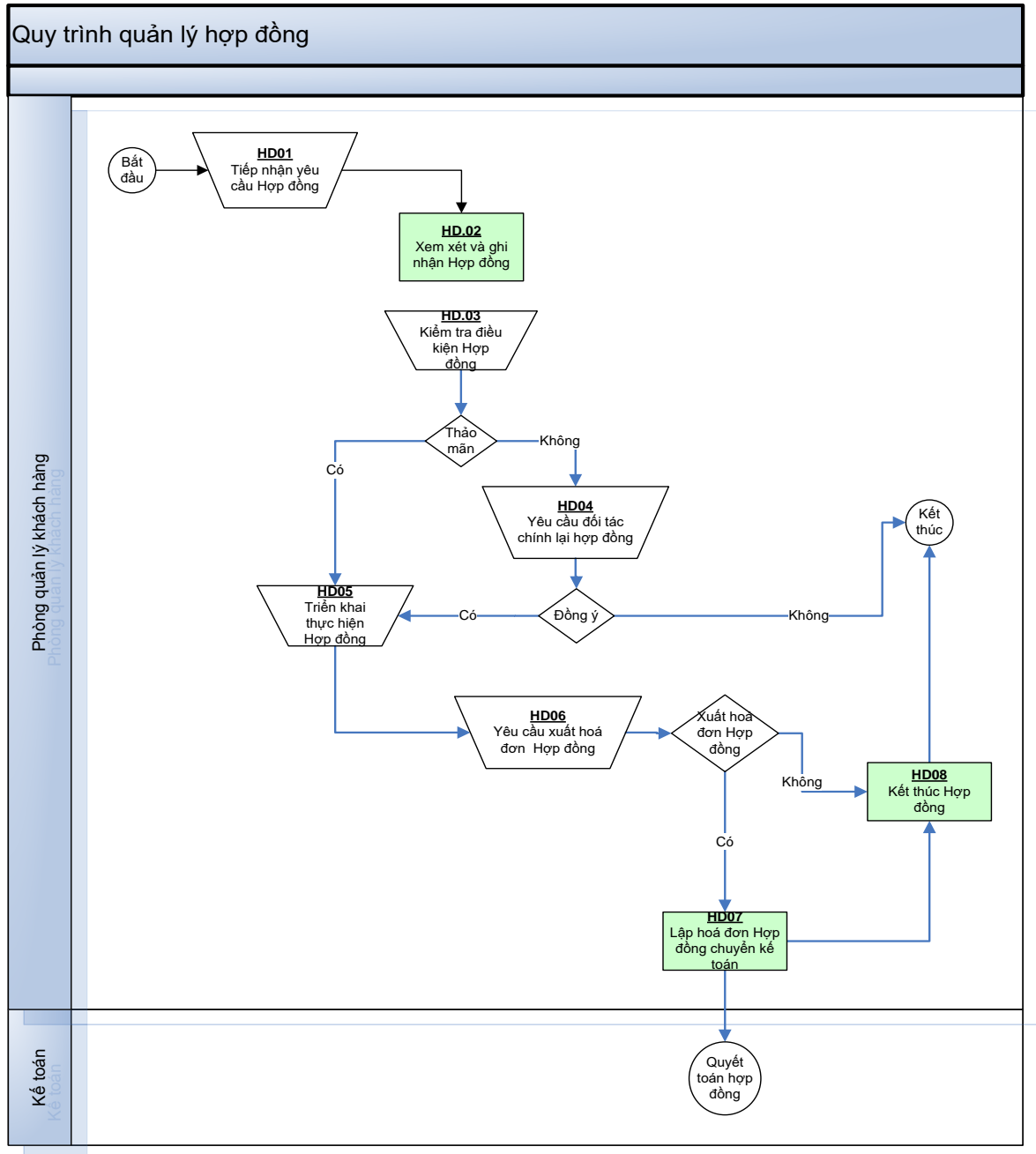
Quản lý Hợp đồng (Contract Management): Chức năng này giúp quản lý tất cả các hợp đồng của doanh nghiệp với khách hàng. Doanh nghiệp có thể quản lý được lịch sử hình thành và quá trình phát triển của hợp đồng, lưu được các thông tin đầy đủ về hợp đồng.

-Tác nhân: Bộ phận kỹ thuật

-Mục đích: Cập nhật, thực hiện các công việc của hợp đồng/dự án và tiến hành các hoạt động nghiệp vụ liên quan đến hợp đồng/dự án.

-Mô tả: Sau khi đăng nhập hệ thống, bộ phận kỹ thuật có thể thêm mới, xóa, sửa và cập nhật các công việc của dự án. Đồng thời tiến hành thực hiện các công việc của dự án theo yêu cầu.

2.3.2.1. Chức năng thêm mới hợp đồng



Hình 14: chức năng thêm mới hợp đồng

Mô tả chi tiết:

Mã sự kiện	Tên sự kiện	Kiểu	Nhóm người thực hiện	Mô tả chi tiết
HD01	Tiếp nhận yêu cầu hợp đồng	Thủ công	Bộ phận quản lý	Đầu vào: Nhận yêu cầu hợp đồng của khách hàng

			khách hàng	Thực hiện: Bộ phận quản lý khách hàng ghi chép và tiếp nhận các thông tin do khách hàng cung cấp. Đầu ra: Thông tin về hợp đồng
HD02	Xem xét và lập yêu cầu hợp đồng	Chương trình	Bộ phận quản lý khách hàng	Xem xét và lập các điều khoản của hợp đồng
HD03	Kiểm tra điều kiện hợp đồng	Thủ công	Bộ phận quản lý khách hàng	Người quản lý sẽ kiểm tra các điều khoản hợp đồng theo qui định. Nếu đảm bảo điều khoản hợp đồng thì chuyển sang bước HD05, nếu không đảm bảo điều khoản hợp đồng chuyển bước HD04
HD04	Yêu cầu đối tác chỉnh lại hợp đồng	Thủ công	Bộ phận quản lý khách hàng	Bộ phận quản lý khách hàng đưa cho khách hàng xem các điều khoản của hợp đồng. Nếu khách hàng đồng ý thì chuyển sang bước HD05. Nếu khách hàng và doanh nghiệp không thương thảo được các điều khoản trong hợp đồng thì kết thúc
HD05	Triển khai thực hiện hợp đồng	Thủ công	Bộ phận thực hiện hợp đồng	Phòng chuyên môn thực hiện hợp đồng, nếu trong quá trình thực hiện có yêu cầu thay đổi, phát sinh thì thông báo cho khách hàng, nếu không thì chuyển sang bước HD06
HD06	Xuất hóa đơn hợp đồng	Thủ công	Bộ phận quản lý khách hàng	Xuất hóa đơn thực hiện hợp đồng
HD07	Làm hóa đơn Hợp đồng chuyển kế toán	Chương trình	Bộ phận quản lý khách hàng	Chi tiết hóa đơn hợp đồng và chuyển hoá đơn cho bộ phận kế toán để quyết toán hợp đồng
HD08	Kết thúc Hợp đồng	Chương trình	Bộ phận quản lý khách hàng	Phòng chuyên môn thông báo hoàn thiện hợp đồng, bàn giao sản phẩm cho khách hàng kết thúc hợp đồng.

2.3.2.2. Chức năng sửa hợp đồng

1. Chức năng thêm mới công việc

-Tiền điều kiện: Trưởng phòng kỹ thuật đăng nhập vào hệ thống.

-Hậu điều kiện: Sau khi thao tác thành công, một công việc mới ứng với dự án được thêm vào cơ sở dữ liệu.

-Luồng sự kiện chính:

Hành động của tác nhân	Phản ứng của hệ thống	Dữ liệu liên quan
1. Chọn chức năng thêm mới công việc	2. Hiện thị form nhập thông tin về công việc	
3. Nhập các thông tin của công việc, dự án và ghi lại	4. Thêm mới thông tin về công việc vào cơ sở dữ liệu	Bảng Duan Bảng Congviec_Duan Bảng Tochuc Bảng Cohoi Bảng Congviec_Tinhtrang Bảng Congviec_Uutien Bảng Hoatdong_Duan

Luồng sự kiện phụ:

- Tại bước 4: kiểm tra các thông tin về công việc được nhập vào, nếu thiếu hoặc không chính xác đối với những trường bắt buộc thì yêu cầu nhập lại.

-Sự kiện đặc biệt:

- + Dự án được chọn từ danh sách các dự án đã có
- + Tổ chức được chọn từ danh sách các tổ chức đã có
- + Cơ hội được chọn từ danh sách các cơ hội đã có
- + Congviec_Duan được chọn từ danh sách các Congviec_Duan có sẵn

2. Chức năng sửa công việc

-Tiền điều kiện: Bộ phận quản lý khách hàng đăng nhập vào hệ thống, danh sách công việc đã có trong cơ sở dữ liệu.

-Hậu điều kiện: sau khi thao tác thành công, thông tin về công việc nếu có thay đổi sẽ được cập nhật vào cơ sở dữ liệu.

-Luồng sự kiện chính:

Hành động của tác nhân	Phản ứng của hệ thống	Dữ liệu liên quan
1. Chọn chức năng sửa công việc	2. Hiện thị danh sách tất cả các hợp đồng/Dự án	Bảng Duan

3. Chọn công việc cần sửa	4. Hiện thị form thông tin chi tiết công việc được chọn	Bảng Duan Bảng Congviec_Duan Bảng Tochuc Bảng Cohoi Bảng Congviec_Tinhtrang Bảng Congviec_Uutien Bảng Hoatdong_Duan
5. Sửa thông tin về hợp đồng và ghi lại	Cập nhật thông tin vào cơ sở dữ liệu	Bảng Duan Bảng Congviec_Duan Bảng Tochuc Bảng Cohoi Bảng Congviec_Tinhtrang Bảng Congviec_Uutien Bảng Hoatdong_Duan

- Luồng sự kiện phụ: kiểm tra các thông tin của công việc mới sửa, nếu thiếu hoặc không chính xác thì yêu cầu nhập lại

3. Chức năng xóa công việc

- Tiền điều kiện: Trưởng phòng kỹ thuật đăng nhập vào hệ thống, danh sách công việc đã có trong cơ sở dữ liệu

- Hậu điều kiện: sau khi thao tác thành công, thông tin về công việc bị xóa khỏi cơ sở dữ liệu.

- Luồng sự kiện chính:

Hành động của tác nhân	Phản ứng của hệ thống	Dữ liệu liên quan
1. Chọn chức năng xóa công việc	2. Hiện thị danh sách tất cả các công việc của của hợp đồng/Dự án	
3. Chọn công việc trong dự án và yêu cầu xóa	4. Công việc bị xóa khỏi cơ sở dữ liệu	Bảng Duan_Congviec

- Luồng sự kiện phụ:

Tại bước 4: xác nhận lại yêu cầu xóa công việc, nếu người dùng chắc chắn muốn xóa thì tiến hành xóa công việc ra khỏi cơ sở dữ liệu

2.3.2.4. Chức năng tìm kiếm hợp đồng

- Tiền điều kiện: Bộ phận kỹ thuật đăng nhập vào hệ thống

- Hậu điều kiện: sau khi thao tác thành công, hiển thị đầy đủ các thông tin về công việc cần tìm của hợp đồng

- Luồng sự kiện chính:

Hành động của tác nhân	Phản ứng của hệ thống	Dữ liệu liên quan
1. Chọn chức năng tìm kiếm công việc của hợp đồng	2. Hiển thị form tìm kiếm	
3. Nhập các điều kiện tìm kiếm công việc của hợp đồng	4. Hiển thị form thông tin các công việc của hợp đồng tìm được	Bảng Duan Bảng Duan_Congviec

-Luồng sự kiện phụ:

Tại bước 4: nếu không tìm thấy công việc thỏa mãn điều kiện thì yêu cầu nhập lại điều kiện tìm kiếm hoặc dừng

Sau khi tìm kiếm được công việc có thể tiến hành xóa hoặc sửa công việc

2.3.2.5. Chức năng quản lý nhiệm vụ

-Tiền điều kiện: Trưởng bộ phận kỹ thuật đăng nhập vào hệ thống

-Hậu điều kiện: Sau khi thao tác thành công, việc phân công hoặc quản lý tiến độ thực hiện nhiệm vụ đối với từng thành viên tham gia dự án được hoàn thành và gửi đến từng người.

-Luồng sự kiện chính:

Hành động của tác nhân	Phản ứng của hệ thống	Dữ liệu liên quan
1. Chọn nghiệp vụ quản lý nhiệm vụ	2. Hiện ra form quản lý nhiệm vụ. Tại form này, người dùng có thể thực hiện việc phân công nhiệm vụ đối với từng thành viên dự án, cũng có thể quản lý được tiến độ của từng người	Bảng Congviec Bảng Duan_Congviec Bang Nhanvien_Nhiemvu
3. Chọn và nhập các yêu cầu phù hợp với nghiệp vụ quản lý nhiệm vụ	4. Xử lý các yêu cầu của người dùng và cập nhật vào cơ sở dữ liệu	Bảng Congviec Bảng Duan_Congviec Bang Nhanvien_Nhiemvu

2.3.2.3. Chức năng xóa hợp đồng

Chức năng xóa hợp đồng giống như chức năng xóa công việc.

2.4. Mô hình phân tích nghiệp vụ quản lý khách hàng và hợp đồng

2.4.1. Chức năng cập nhật khách hàng

1. Mô hình khái niệm:

-Tác nhân: bộ phận quản lý khách hàng

-Lớp giao diện: FormCapnhatTiemnang cho phép thực hiện các thao tác thêm mới, chuyển đổi tiềm năng, xóa và tìm kiếm các thông tin về khách hàng

-Lớp điều khiển: CapnhatTiemnang cho phép cập nhật danh mục các thông tin về khách hàng

-Lớp thực thể:

+ Lớp thực thể Tochuc chứa thông tin về tổ chức mà khách hàng tiềm năng sẽ chuyển sang

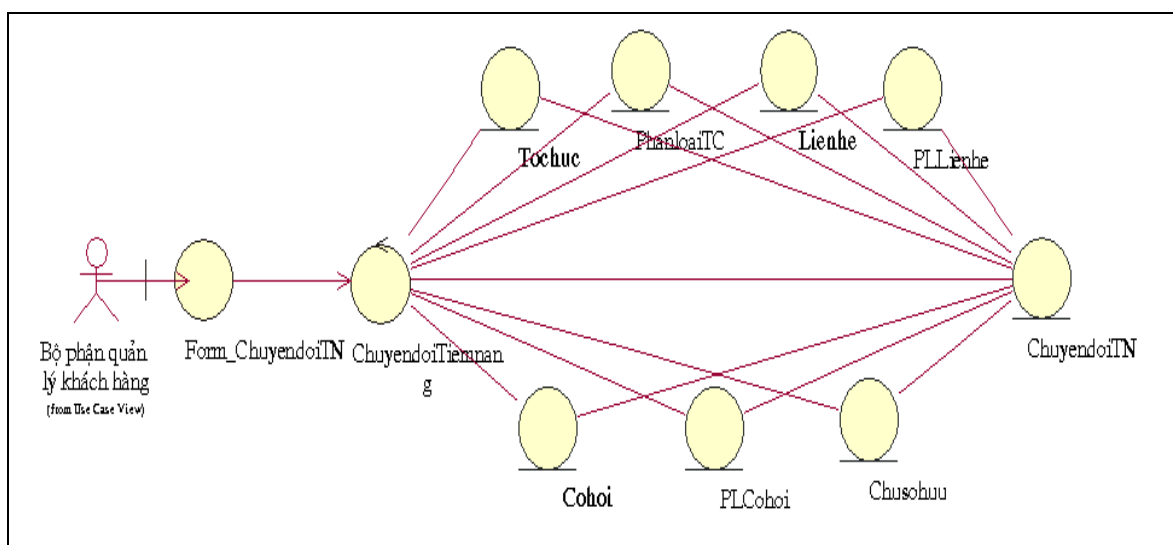
+ Lớp thực thể PhanloaiTC chứa thông tin về danh mục các phân loại của các tổ chức khi chuyển đổi tiềm năng

+ Lớp thực thể Lienhe chứa thông tin về danh sách các liên hệ khi chuyển đổi khách hàng tiềm năng

+ Lớp thực thể PLLienhe chứa thông tin về danh mục các phân loại liên hệ của chuyển đổi tiềm năng

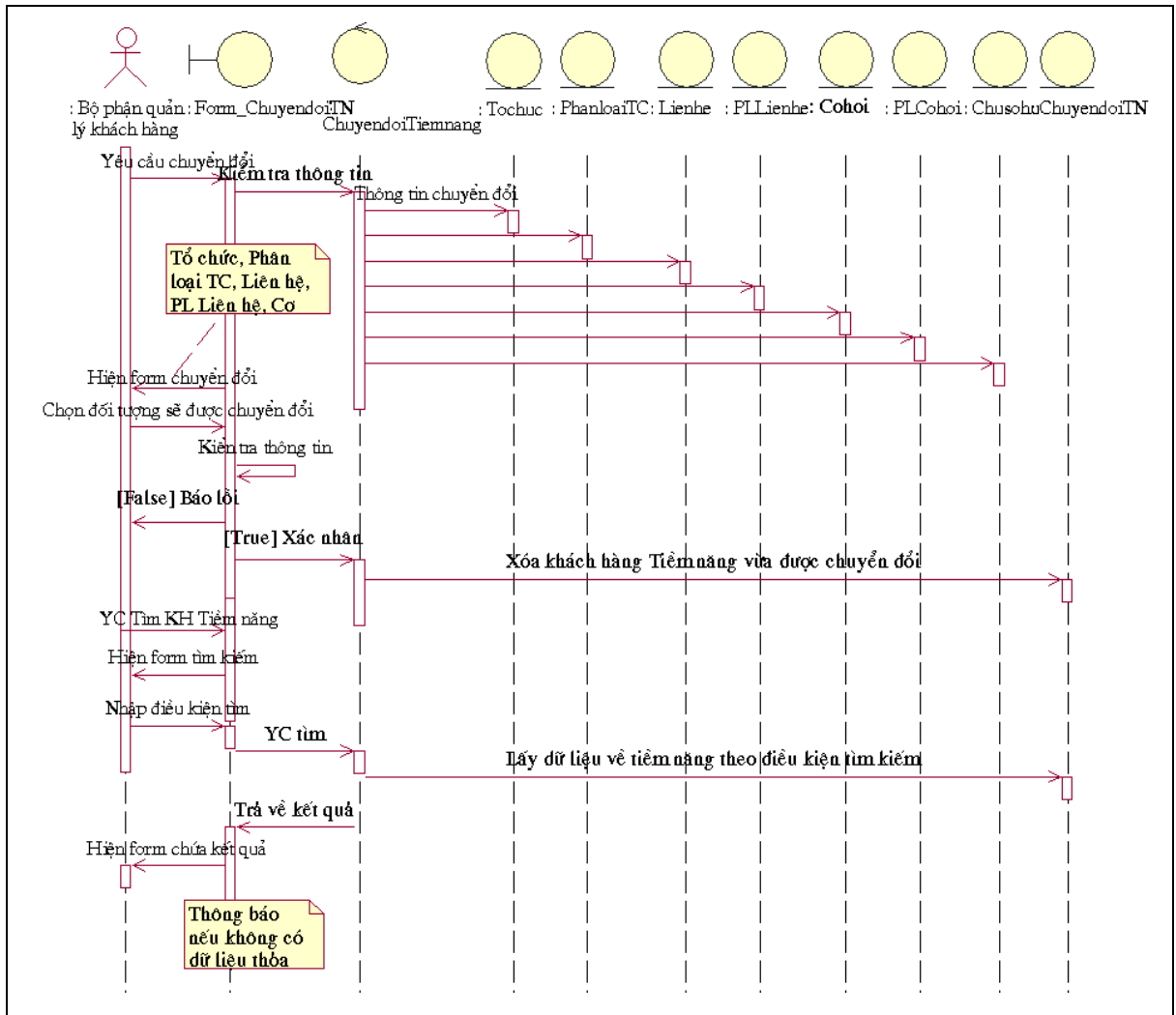
- + Lớp thực thể Cohoi chứa thông tin về danh mục các cơ hội khi chuyển đổi khách hàng tiềm năng
- + Lớp thực thể PLCohoi chứa thông tin về danh mục các phân loại cơ hội khi thực hiện chuyển đổi khách hàng tiềm năng
- + Ca sử dụng Chusohuu chứa thông tin về danh mục các chủ sở hữu của khách hàng tiềm năng

Sơ đồ liên kết:



Hình 15: Sơ đồ liên kết cập nhật chuyển đổi khách hàng tiềm năng

2. Biểu đồ tuần tự:



Hình 16: Biểu đồ tuần tự chức năng cập nhật chuyển đổi khách hàng tiềm năng

2.4.2. Chức năng cập nhật các hoạt động của hợp đồng

Chức năng cập nhật các hoạt động của hợp đồng gồm 6 chức năng con:

- Thêm công việc: thêm mới công việc vào danh sách các công việc cần làm của hợp đồng
- Cập nhật công việc: sửa thông tin về công việc
- Xóa công việc: Xóa công việc khỏi hợp đồng
- Tìm công việc: tìm và xem thông tin liên quan về các công việc
- Quản lý nhiệm vụ: Quản lý người thực hiện cho công việc ứng với các nhiệm vụ đã được giao

- Dò vết tổ chức: Dò vết mối liên quan và các hoạt động giữa bộ phận dịch vụ và các hợp đồng

Mô hình khái niệm:

-Tác nhân: bộ phận quản lý khách hàng

-Lớp giao diện: FormCapnhatHopdong cho phép thực hiện các thao tác thêm mới, xem, sửa, xóa và tìm kiếm các thông tin về hợp đồng

-Lớp điều khiển: CapnhatHopdong cho phép cập nhật danh mục các thông tin về hợp đồng

-Lớp thực thể:

+ Lớp thực thể LoaiHD/DA

+ Lớp thực thể Toehuc

+ Lớp thực thể Cohoi

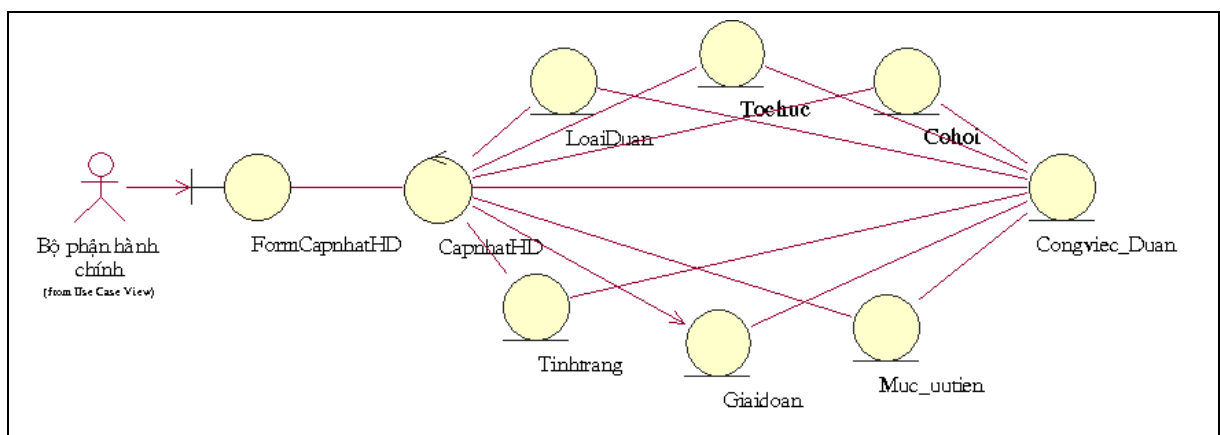
+ Lớp thực thể Tinhtrang

+ Lop thực thể Giaidoan

+ Lớp thực thể Muc_uutien

+ Lớp thực thể Congviec_HopDong/DA

Sơ đồ liên kết:



Hình 17: Sơ đồ liên kết chức năng cập nhật công việc hợp đồng/dự án

CHƯƠNG 3: XÂY DỰNG CHƯƠNG TRÌNH QUẢN LÝ KHÁCH HÀNG VÀ HỢP ĐỒNG TẠI VIETTEL HẢI PHÒNG

Chúng ta đều biết khách hàng đóng vai trò rất quan trọng trong sự sống còn và phát triển của doanh nghiệp. Do đó các doanh nghiệp luôn chú trọng tới việc xây dựng, duy trì và phát triển mối quan hệ gắn bó lâu dài với khách hàng. Cốt lõi của quản trị quan hệ khách hàng chính là tạo ra giá trị cho khách hàng, đáp ứng được nhu cầu khách hàng. Vì vậy mối quan hệ khách hàng cũng là đối tượng cần phải được quản trị. Quản trị quan hệ khách hàng (CRM) giúp các doanh nghiệp nâng cao được hình ảnh của mình đối với khách hàng và hỗ trợ cho hoạt động của doanh nghiệp để đảm bảo khách hàng được phục vụ tốt nhất.

Trên thế giới, rất nhiều công ty lớn đã thành công phần lớn dựa vào quản trị quan hệ khách hàng: Dell, Apple, Newegg, Amazon... họ luôn tìm mọi cách thỏa mãn nhu cầu của khách hàng. Vì theo quan điểm kinh doanh hiện đại doanh nghiệp phải đáp ứng được giá trị cho khách hàng nhiều hơn so với đối thủ cạnh tranh, mới có thể tạo ra và giữ được những khách hàng trung thành. Lợi nhuận của doanh nghiệp được tạo ra chủ yếu do chính những khách hàng trung thành đem lại.

CRM khá phổ biến trên thế giới, tuy nhiên ở Việt nam vẫn chưa được các doanh nghiệp quan tâm và phát triển đúng mức. Nhiều doanh nghiệp ở Việt nam đã nhận thức được tầm quan trọng của CRM nhưng chỉ dừng lại ở đầu tư giải pháp công nghệ đơn thuần. Chỉ một số ít doanh nghiệp thực sự đầu tư áp dụng CRM ở tầm cỡ doanh nghiệp. Đặc biệt đối với các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ viễn thông, CRM đóng vai trò quyết định sự thành công của doanh nghiệp. Bởi viễn thông đang trong giai đoạn bão hòa như hiện nay thì các doanh nghiệp cạnh tranh chủ yếu dựa vào nâng cao chất lượng dịch vụ và hoàn thiện hoạt động CRM luôn là lựa chọn hàng đầu.

3.1. Thực trạng quản lý khách hàng và hợp đồng tại Viettel Hải Phòng

Tại Viettel Hải Phòng trong những năm qua, việc nâng cao chất lượng dịch vụ được đầu tư rất nhiều, tuy nhiên hoạt động quản trị mối quan hệ khách hàng vẫn còn chưa thực sự được đi vào chiều sâu, xuất phát từ nhu cầu thực tiễn và tầm quan trọng của CRM cần một hệ thống quản lý và giám sát.

3.1.1. Đặc điểm về khách hàng và thị trường tiêu thụ

Trước hết phải nói rằng, ngành dịch vụ viễn thông là một ngành mới xuất hiện nhưng có tốc độ phát triển nhanh chóng. Các dịch vụ viễn thông đem lại cho con người sự tiện ích rất lớn trong liên lạc, là một bước phát triển có ý nghĩa rất lớn trong đời sống kinh tế, xã hội. Vì vậy việc ngành dịch vụ này sau khi ra đời đã có những bước phát triển nhanh chóng là một tất yếu thể hiện sự phát triển.

Viettel Hải Phòng cũng là một doanh nghiệp kinh doanh trong lĩnh vực dịch vụ viễn thông, tuy mới thành lập và đi vào hoạt động không lâu nhưng công ty lại có tốc độ gia tăng số lượng khách hàng nhanh chóng.

Như vậy, có thể nhận thấy rằng số lượng khách hàng của doanh nghiệp đã tăng lên nhanh chóng trong những năm qua, với chưa đầy mười năm ra đời và hoạt động công ty đã thu hút được một số lượng khách hàng lớn. Nhu cầu của khách hàng về sử dụng các dịch vụ viễn thông là rất cao, đặc biệt là các dịch vụ viễn thông có chất lượng. Vì vậy doanh nghiệp vẫn phải tiến hành đổi mới, cập nhật các công nghệ mới để có thể giữ chân được khách hàng hiện tại và thu hút thêm khách hàng mới. Cơ hội để gia tăng thêm số lượng khách hàng là rất tiềm năng.

3.1.2 Đặc điểm về kỹ thuật hạ tầng

Nhìn chung về hệ thống kênh phân phối của Viettel Hải Phòng có nhiều lợi thế hơn so với đối thủ, đã xây dựng được nhiều lực lượng bán hàng và chăm sóc khách hàng tiếp cận trực tiếp đến từng đối tượng khách hàng: Doanh nghiệp, Hộ gia đình và tập trung đông người thông qua kênh cộng tác viên bán hàng. Chất lượng dịch vụ nhờ vậy cũng được khách hàng đánh giá cao hơn.

Hầu hết các đối thủ chủ yếu thông qua hệ thống đại lý phân phối để cung cấp hàng cho các điểm bán và bán hàng cho khách hàng. Tuy nhiên năm 2013 là Năm thay đổi lớn trong cách tổ chức bán hàng, bắt đầu chăm sóc kênh điểm bán và đầu tư mạnh cho kênh cộng tác viên thuê ngoài để tổ chức bán hàng đến từng hộ gia đình.

Mô hình thường xuyên biến động do vậy đơn vị thường xuyên phải đánh giá, kiện toàn sắp xếp lại nhân sự; các vị trí cần thay đổi thường bị gián đoạn công việc do phải bàn giao. Dẫn đến trong quá trình chăm sóc khách hàng còn nhiều thiếu sót do các nhân viên mới chưa đáp ứng được những vấn đề chuyên môn nghiệp vụ. Thỉnh thoảng các công việc, các thắc mắc của khách hàng còn chưa được chú ý một cách cụ thể. Ví dụ: Các thắc mắc về đường truyền mạng đôi khi còn chậm xử lý dẫn đến tâm lý khách hàng còn nhiều ảnh hưởng.

Với các phòng lớn như Phòng Kỹ thuật và Bán hàng cũng do thay đổi thường xuyên nên thiếu ổn định trong điều hành. Dẫn đến trong quá trình hoạt động công ty không nhất quán được quá trình chăm sóc.

3.1.3. Công tác phân loại khách hàng

Sau khi phân tích các đặc điểm của khách hàng, việc tiếp theo của doanh nghiệp là cần phải phân loại khách hàng. Không phải tất cả các khách hàng đều giống nhau, không phải ai cũng có cùng mong muốn, nhu cầu, sở thích. Do đó, việc phân loại khách hàng sẽ giúp cho mỗi công ty, doanh nghiệp xác định được nhu cầu, mong muốn của từng nhóm khách hàng, từ đó đưa ra chính sách, chiến lược phù hợp với từng đối tượng khách hàng riêng biệt. Giúp Viettel hạn chế việc bỏ sót khách hàng, chăm sóc tốt hơn, đáp ứng tốt hơn từng nhu cầu của khách hàng.

Với Viettel Hải Phòng mỗi khách hàng là một cá thể riêng biệt, cần được tôn trọng, quan tâm và lắng nghe, thấu hiểu và phục vụ theo một cách riêng biệt. Các nhóm khách hàng được phân loại như sau:

Bảng phân loại khách hàng:

TT	Nhóm khách hàng	Số lượng	Ghi chú
1.	KHCN thân thiết	22000	
2.	KHCN cước cao 1	11500	Ít biến động
3.	KHCN cước cao 2	11785	Ít biến động
4.	KHCN Cước cao 3	11265	Ít biến động
5.	KHCN Cước cao 4	11265	Ít biến động
6.	KHDN Thân thiết 1	21086	Ít biến động
7.	KHDN Thân thiết 2	22145	Ít biến động
8.	KHDN Cước cao 1	11850	Ít biến động
9.	KHDN Cước cao 2	12762	Ít biến động
10.	KHDN Cước cao 3	11645	Ít biến động
11.	KHDN Cước cao 4	12540	Ít biến động
12.	KH gặp sự cố khiếu nại	6980	Hay biến động

3.1.4. Công cụ sử dụng hướng tới khách hàng

a. Công nghệ thông tin

Thường sử dụng đối với khách hàng là đại lý, doanh nghiệp để thông báo các chương trình ưu đãi, chiết khấu....

Đồng thời sử dụng trang website riêng để khách hàng thực hiện các trao đổi với công ty và thực hiện các yêu cầu phục vụ.

b. Các công cụ Marketing

- Thông qua hoạt động treo băng rôn, phát tờ rơi, dán poster.
- Các Hội nghị tri ân khách hàng, các hoạt động xã hội.
- Thăm dò ý kiến khách hàng một cách thường xuyên.

c. Các công cụ bán hàng

- Bán hàng liên kết, thông qua các đối tác trung gian.
- Xây dựng đội ngũ nhân viên kinh doanh chất lượng cao.
- Tiếp xúc trực tiếp để giải đáp khi có khách hàng thắc mắc.

3.1.5. Xây dựng mối quan hệ

Chương trình chăm sóc khách hàng (CSKH) liên tục phải đổi mới và triển khai các hoạt động nhằm nâng cao hoạt động CSKH, để làm được việc này buộc những người làm CSKH phải thay đổi nhận thức, quan điểm, có sự gắn kết, chia sẻ giảm áp lực trong công việc. Vì vậy, xây dựng chương trình, hội thảo ngành các hoạt động CSKH là việc làm thường xuyên của Viettel, được tổ chức thống nhất từ Tổng công ty xuống các đơn vị.

Chương trình CSKH Trung thành; CSKH Đặc biệt; CSKH Doanh nghiệp; Chương trình khách hàng Đại lý; Chương trình CSKH Đại trà; Xây dựng các mối quan hệ công chúng; Xây dựng mối quan hệ trực tuyến.

3.1.6. Đánh giá hiệu quả

Công tác quản lý CSDL khách hàng do Tổng Công ty chịu trách nhiệm, riêng chi nhánh chịu trách nhiệm phân nhập dữ liệu thô, điều chỉnh, bổ sung thông tin khách hàng. Do vậy, công tác kiểm tra đánh giá dựa vào thông tin lưu trong hồ sơ tại các cửa hàng giao dịch và thông tin trên hệ thống. Hàng tháng, Phòng bộ phận quản lý hồ sơ thực hiện kiểm tra công tác lưu hồ sơ trên.

Tổng kết các chương trình chăm sóc khách hàng hàng năm:

ĐVT: KH

TT	Chương trình	Số lượng KH tham gia	Chúc mừng sinh nhật KH	Hội nghị KH	Tặng quà KH nhân dịp tết	Tặng quà KH nhân ngày thành lập doanh nghiệp	Hỗ trợ KH	Quà tặng doanh nghiệp, KH đặc biệt
1	2014	2864	890	2864	890	450	810	400
2	2015	3467	960	3467	960	687	950	550
3	2016	5468	1654	5468	1654	900	1060	780

3.1.7. Những thành công, hạn chế và nguyên nhân

- Thành công

Viettel Hải Phòng đã triển khai thực hiện rất tốt các chương trình chăm sóc khách hàng, phù hợp với phân loại khách hàng Doanh nghiệp, Cá nhân. Hiệu quả mang lại lượng thuê bao ngày càng tăng, khách hàng tham gia chương trình chăm sóc khách hàng ngày càng nhiều.

- Hạn chế

Hệ thống kênh phân phối còn thiếu chưa rộng khắp, địa bàn tại các tuyến thôn xã, phường còn thiếu.

Công tác cập nhật dữ liệu và lưu trữ chưa đầy đủ.

Chất lượng phục vụ khách hàng chưa cao, các thủ tục chấp nhận dịch vụ cũng như giải quyết khiếu nại, quy trình thực hiện công tác CSKH còn rườm rà

Nhiều chương trình đưa ra có nhiều nét tương đồng với đối thủ cạnh tranh, chưa tạo ra sự khác biệt.

- Nguyên nhân:

Hệ thống cơ sở dữ liệu khách hàng không được cập nhật đầy đủ hướng đến tiến độ của các công việc.

Công tác quản lý và lưu trữ hồ sơ thuê bao cùng còn có nhiều tồn tại: Nhân viên giao dịch phải kiêm cả việc CSKH và nhiều việc khác làm ảnh hưởng đến chất lượng trong công tác quản lý khách hàng và hợp đồng.

3.2. Input, Output của Phân hệ Quản lý Khách và Hợp đồng

3.2.1. Input

Đầu vào là các dữ liệu thể hiện trên hợp đồng và các loại phiếu, bảng yêu cầu cung cấp dịch vụ cho khách hàng:

1. Bản hợp đồng và sử dụng dịch vụ [6]

CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM
ĐỘC LẬP-TỰ DO -HẠNH PHÚC

Hợp đồng số:

Mã khách hàng: Mã CH/Đại lý:

HỢP ĐỒNG CUNG CẤP VÀ SỬ DỤNG DỊCH VỤ

Hợp đồng cung cấp và sử dụng dịch vụ viễn thông, truyền hình (dưới đây gọi tắt là “Hợp đồng”) được ký kết ngày tháng..... năm tại giữa và bởi:

BÊN SỬ DỤNG DỊCH VỤ TRUYỀN THÔNG (gọi tắt là bên “A”)

Tên khách hàng/chủ hợp đồng: Tên cơ quan/ tổ chức/ cá nhân (viết hoa):

Người đại diện (áp dụng đối với cơ quan / tổ chức:....

Chức vụ:.....Ngày sinh:..... Nam/nữ:

Số CMND/hộ chiếu:.....Nơi cấp:..... Ngày cấp:.....

Số hộ khẩu /giấy tờ khác:.....Nơi cấp:..... Ngày cấp:.....

Số Giấy chứng nhận ĐKDN/Quyết định thành lập/Giấy phép thành lập:....

Nơi cấp:..... Ngày cấp:.....

Địa chỉ theo CMND/Giấy chứng nhận ĐKDN/Quyết định thành lập/Giấy phép thành lập: Số nhà....
đường..... tổ.... phường/xã..... quận
huyện..... Tỉnh/TP.....

ĐT:.....FAX:..... Email:.....

Mã số thuế:

**BÊN CUNG CẤP DỊCH VỤ :TỔNG CÔNG TY VIETTEL-CHI NHÁNH TẬP ĐOÀN VIỄN THÔNG
QUÂN ĐỘI (gọi tắt là bên “B”)**

Người đại diện:

Địa chỉ:

Điện thoại CĐ:.....Điện thoại DĐ:.....FAX:.....

Mã số thuế:

Tài khoản giao dịch:.....

Đơn vị thụ hưởng: Tập đoàn Viễn thông quân đội

Bên B đồng ý cung cấp cho bên A sử dụng các dịch vụ sau:

STT	Loại dịch vụ	Địa chỉ lắp đặt	Số ĐT/ tên truy cập	Gói cước/ tốc độ	Phí hòa mạng/lắp đặt	Ghi chú
1						
...						

Sau khi bên A đã đọc kỹ bản điều khoản chung đã được Cục quản lý cạnh tranh-Bộ Công thương chấp thuận theo thông báo số 398/TB-QLCT, các bên thống nhất:

- Điều khoản chung là một phần không tách rời của Hợp đồng. Các bên cam kết tuân thủ điều khoản chung và mọi thay đổi nội dung Hợp đồng sẽ được quy định trong Phiếu yêu cầu kèm theo Hợp đồng (Điều khoản chung được niêm yết tại các điểm giao dịch, trên website của bên B hoặc cung cấp cho bên A nếu có yêu cầu).
- Bên B cam kết cung cấp các loại dịch vụ viễn thông, truyền hình (dưới đây gọi tắt là “dịch vụ”) cho bên B theo thỏa thuận trong Hợp đồng. thời gian bắt đầu tính cước dịch vụ của bên A là ngày đầu

- nổi (đối với dịch vụ di động (hoặc ngày các bên ký các biên bản nghiệm thu liên quan kèm theo (đối với các dịch vụ khác).
3. Bên A cam kết thanh toán cước dịch vụ phát sinh theo quy định của bên B trong thời hạn tối đa (N) ngày kể từ ngày cuối cùng của tháng tính cước (ngày N do bên B quy định đối với từng dịch vụ nhưng tối thiểu là 5 ngày). Quá thời hạn đó, bên B có quyền tạm ngừng cung cấp dịch vụ theo quy định tại Điều khoản chung.
 4. Các bên thống nhất các hình thức nhận thông báo cước, hình thức thanh toán Bên A đã dẫn ký (trừ trường hợp bên A thay đổi hình thức gửi thông báo cước trong quá trình sử dụng sau ngày ký Hợp đồng). Các hình thức này có thể thay đổi và bên B có trách nhiệm thông báo cho bên A.
 5. Khách hàng tích dấu “X” vào ô tương ứng với nhu cầu nhận thông báo cước và hình thức thanh toán:

Hình thức thông báo cước:

- Nhận trực tiếp tại điểm giao dịch của Viettel
- Qua thư điện tử
- Qua tin nhắn SMS
- Qua cổng thông tin điện tử của Viettel
- Không nhận
- Khác

Hình thức nhận bản kê chi tiết:

- Nhận trực tiếp tại điểm giao dịch của Viettel
- Qua thư điện tử
- Qua cổng thông tin điện tử của Viettel
- Không nhận
- Khác

Email nhận thông báo cước/chi tiết cước:....

Số ĐT nhận thông báo cước:...

Hình thức thanh toán:

- Ủy nhiệm thu qua ngân hàng
- Ủy nhiệm chi qua ngân hàng
- Tại cửa hàng trực tiếp của Viettel
- Thanh toán qua TMĐT
- Thanh toán qua thẻ cào (phương thức này không được cung cấp hóa đơn)
- Khác

Số tài khoản:....

Ngân hàng:...

Chi nhánh:....

6. Kể từ ngày Hợp đồng có hiệu lực, nếu bên A tạm ngừng sử dụng dịch vụ, chấm dứt Hợp đồng trước thời hạn sử dụng dịch vụ Bên A đã cam kết, Bên A sẽ không được hoàn lại phí lắp đặt, phí hòa mạng đã nộp ban đầu và theo thỏa thuận đã thống nhất với Bên B; đồng thời bên A có trách nhiệm hoàn trả đầy đủ thiết bị đã được bên B lắp đặt (nếu có) trong tình trạng sử dụng tốt.
7. Hợp đồng có hiệu lực kể từ ngày ký. Hợp đồng được thành lập thành 02 (hai) bản có giá trị pháp lý như nhau, mỗi bên giữ 01 (một) bản để thực hiện.

Đại diện Bên B

Đại diện Bên A

Số ĐT liên hệ của Giám đốc Viettel HaiPhong:.....

2. Phiếu yêu cầu cung cấp dịch vụ [6]

CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM
ĐỘC LẬP-TỰ DO -HẠNH PHÚC

PHIẾU YÊU CẦU số:
Mã hồ sơ: Mã CH/Đại lý:

PHIẾU YÊU CẦU CUNG CẤP DỊCH VỤ CỐ ĐỊNH, TRUYỀN HÌNH

FTTH ADSL PSTN PHONE TRUNG KẾ
 TRUYỀN HÌNH NEXTTV KHÁC

1. THÔNG TIN KHÁCH HÀNG

Tên cơ quan/ tổ chức/ cá nhân (viết hoa):

Người yêu cầu (là đại diện hoặc được ủy quyền bởi doanh nghiệp (áp dụng đối với cơ quan / tổ chức):.....

Số CMND/hộ chiếu:.....Nơi cấp:..... Ngày cấp:..... Số ĐT liên hệ:.....

2. NỘI DUNG YÊU CẦU

2.1. Thông tin địa chỉ lắp đặt

Người liên hệ:

Địa chỉ: số nhà:....., tổ:... phường/xã:..... Quận/huyện:... Tỉnh/TP:...

Điện thoại:.....Email:.....

2.2. Thông tin đăng ký sử dụng dịch vụ

a. Thông tin dịch vụ

-Hình thức cung cấp : trên đường dây mới

trên đường dây có sẵn của Viettel

-Account/điện thoại:

-Số lượng thuê bao:..... Thuê bao đại diện:.....

-Thuê bao chủ tính cước:.....

-Thuê bao kèm theo: Từ số đến số.....

-Loại dịch vụ truyền hình:

Analog

Số 1 chiều

Số 2 chiều (tương tác)

-Số kênh truyền hình:.....

-Thiết bị bàn giao:.....

b. Thông tin dịch vụ đăng ký sử dụng

STT	Loại dịch vụ	Số thuê bao/ account	số lượng thuê bao/ số kênh truyền hình	Gói cước	Hình thức cước (trọn gói/ theo lưu lượng)	Ghi chú
1	ADSL					
2	FTTH					
3	ĐT cố định					
	PSTN					
	IPPhone					
	Trung kế					
4	Truyền hình					
	IPTV					
	Analog					
	Số 1 chiều					
	Số 2 chiều					

c. Gói cước

STT	Dịch vụ	ADSL	FTTH	PSTN/ IPPhone	TH/nextTV	Combo
1	Tốc độ (down/up)					
2	Cước niêm yết					
3	Cước thuê bao tháng (khi có KM)					
4	Thời gian hưởng KM					
5	Hình thức đóng cước					
6	Cước cam kết hàng tháng (nếu có)					
7	Cước thuê luồng E1 (trung kế)					
8	Ưu đãi khác (nếu có)					

Lưu ý:

-Sau khi hết thời gian khuyến mại cước dịch vụ sẽ trở về giá niêm yết.

-Đối với trường hợp đóng cước tháng trọn gói khi sử dụng không tròn tháng, cước thực tế khách hàng phải thanh toán được tính như sau: giá cước/số ngày của tháng x số ngày sử dụng thực tế.

d. Chi phí triển khai lắp đặt (trả 1 lần/thuê bao tại thời điểm ký Hợp đồng):

STT	Khoản mục	dịch vụ /thuê bao	Thành tiền	Ghi chú
1.	Phí hòa mạng			
2.	Phí thiết bị			
3.	Cước đóng trước			
4.	Phí đăng ký số đẹp			
5.	Phí đăng ký IP			
6.	Hạn mức sử dụng (PST)			
7.	...			
Tổng tiền (bao gồm VAT)				

(Bảng chữ:)

-Khách hàng không được hoàn lại số tiền lắp đặt ban đầu nếu khách hàng tự hủy, tạm ngưng hoặc thanh lý trong thời gian cam kết mà không do lỗi của Bên cung cấp.

-Trong quá trình triển khai dịch vụ, nếu phát sinh thêm thiết bị, vật tư, khách hàng thanh toán theo quy định của Bên cung cấp căn cứ vào chính sách hiện hành.

e. Dịch vụ giá trị gia tăng (áp dụng đối với thuê bao điện thoại cố định):

- Khóa dịch vụ 108x/801x
- Tạo nhóm trượt liên tục
- Khóa gọi quốc tế
- Khóa gọi liên tỉnh và quốc tế
- Khóa chiều gọi đến
- Khóa chiều gọi đi
- Hiện thị số máy gọi đến
- Khóa gọi di động, liên tỉnh và quốc tế
- Không hiển thị chủ số gọi
 - Thông báo vắng nhà
 - Thiết lập đường dây nóng
 - Cấp tín hiệu đảo cực cho Công ty, khách sạn
 - Cấp tín hiệu đảo cực cho khách hàng thường
 - Báo thức tự động
 - Hạn chế cuộc gọi dùng mã cá nhân
 - Đàm thoại ba bên
 - Chuyển cuộc gọi tạm thời
 - Quay số rút gọn

- Cài âm thông báo đổi số
- Cài đặt hộp thư thoại
- Tách số máy ra khỏi nhóm trượt
- Bỏ sung số máy vào nhóm trượt
- Thông báo có cuộc gọi đến khi đàm thoại

3. CAM KẾT CỦA KHÁCH HÀNG

-Tham gia chương trình ưu đãi/ KM (nếu có):.....

Thời gian trừ cước đóng trước:...

Ưu đãi thiết bị đầu cuối:....

Ưu đãi dịch vụ khác:.....

-Cam kết khi hòa mạng số đẹp (đối với dịch vụ điện thoại (nếu có):

TT	Nội dung	Giá trị/ thời gian
1	Mức cước cam kếtđồng/tháng
2	Thời gian cam kếttháng

-Cam kết tham gia các chương trình khác của Viettel:.....

Tôi/chúng tôi cam kết:

1. Thanh toán cước đầy đủ, đúng theo quy định trong Hợp đồng;
2. Cam kết sử dụng dịch vụ liên tục 24 tháng kể từ ngày ký biên bản nghiệm thu;
3. Không được hưởng chương trình khuyến mại cũ, không được hoàn trả các khoản đã nộp ban đầu trong các trường hợp:
 - Ngừng sử dụng, chuyển nhượng Hợp đồng trong thời gian cam kết;
 - Chuyển địa điểm lắp đặt dịch vụ sang vị trí mới mà tại vị trí đó Viettel không thể cung cấp dịch vụ theo yêu cầu;
4. Trong trường hợp được hưởng chính sách ưu đãi khi sử dụng 2 dịch vụ trên, nếu tự hủy một dịch vụ thì chính sách ưu đãi sẽ không được tiếp tục áp dụng cho dịch vụ còn lại;
5. Không sử dụng dịch vụ sai mục đích, vi phạm quy định của pháp luật trong việc sử dụng dịch vụ viễn thông (ví dụ như quấy rối, tặc lợi bất chính).

Tôi/chúng tôi xin chịu hoàn toàn trách nhiệm trước pháp luật về việc thực hiện các nội dung đã cam kết tại văn bản này.

Hải Phòng, ngày..... tháng.....năm.....

3.2.2. Output

Dữ liệu đầu ra là các số liệu được kết xuất trong các hạng mục báo cáo như sau.

1. Báo cáo hiện trạng hợp đồng:

Mã CH/Đại lý :.....

Ngày:.....

STT	Số HĐ	Ngày ký HĐ	Mã khách hàng	Tên khách	Các loại dịch vụ sử dụng	Hình thức thông báo cước	Hình thức nhận bản kê chi tiết	Hình thức thanh toán

2. Báo cáo yêu cầu cung cấp dịch vụ cố định, truyền hình:

Mã CH/Đại lý:

Ngày:

STT	Số PYC	Mã hồ sơ	Tên khách hàng yêu cầu	Loại dịch vụ cố định_ Truyền hình	Địa chỉ lắp đặt	Hình thức cung cấp	Số lượng thuê bao	Loại dịch vụ truyền hình	Số kênh truyền hình

3. Báo cáo hiện trạng đăng ký sử dụng dịch vụ:

Mã CH/Đại lý:

Ngày:.....

STT	Loại dịch vụ	Mã loại dịch vụ	Số lượng thuê bao/ số kênh truyền hình	Ghi chú

4. Báo cáo hiện trạng gói cước đang sử dụng:

Mã CH/Đại lý:

Ngày:.....

STT	Dịch vụ	ADSL	FTTH	PSTN/ IPP	TH /NextTV	Combo
1	Tốc độ (down/up)					
2	Cước niêm yết					
3	Cước thuê bao tháng (khi có KM)					
4	Thời gian hưởng KM					
5	Hình thức đóng cước					
6	Cước cam kết hàng tháng (nếu có)					
7	Cước thuê luồng E1 (trung kế)					
8	Ưu đãi khác (nếu có)					

5. Báo cáo khoản thu chi phí triển khai lắp đặt:

Mã CH/Đại lý:

Ngày:.....

STT	Khoản mục	Dịch vụ /thuê bao	Thành tiền	Ghi chú
1	Phí hòa mạng			
2	Phí thiết bị			
3	Cước đóng trước			
4	Phí đăng ký số đẹp			
5	Phí đăng ký IP			
6	Hạn mức sử dụng (PSTN)			
Tổng tiền (bao gồm VAT)				

6. Báo cáo số lượng dịch vụ giá trị gia tăng:

Mã CH/Đại lý:

Ngày:.....

STT	Dịch vụ	Số lượng
1	Điện thoại di động (mobile)	
2	Dịch vụ internet	
3	Dịch vụ truyền hình số	
4	Dịch vụ Nextv	
5	Dịch vụ PSTN	
6	Dịch vụ IPPhone	

7. Báo cáo tình trạng cam kết của khách hàng:

Mã CH/Đại lý:

Ngày:.....

STT	Chương trình	Số lượng KH tham gia	Ghi chú
1	Tham gia chương trình ưu đãi/ KM		
2	Cam kết khi hòa mạng số đẹp		
3	Cam kết tham gia các chương trình khác của Viettel		

3.3. Thiết kế CSDL cho Phân hệ quản lý khách và hợp đồng

3.3.1. Các bảng Danh mục

Hệ thống các bảng Danh mục:

1.DANH MỤC LOẠI DỊCH VỤ CỐ ĐỊNH_TRUYỀN HÌNH

STT	#Mã loại DV	Tên loại DV	Mô tả
1	FTTH		
2	ADSL		
3	PSTN		
4	IPPHONE		
5	TRUNG_KE	Trung kế	
6	TRUYEN_HINH	truyền hình	
7	NEXTTV		
8	KHÁC	Khác	

2. DANH MỤC HÌNH THỨC CUNG CẤP

STT	#Mã hình thức cung cấp	Tên hình thức cung cấp	Mô tả
1	Duong_day_moi	trên đường dây mới	
2	Duong_day_co_san	trên đường dây có sẵn của Viettel	

3. DANH MỤC LOẠI DỊCH VỤ TRUYỀN HÌNH

STT	#Mã Loại dịch vụ truyền hình	Tên Loại dịch vụ truyền hình	Mô tả
1	Analog		
2	So_1chieu	Số 1 chiều	
3	So_2chieu	Số 2 chiều (tương tác)	

4. DANH MỤC DỊCH VỤ ĐĂNG KÝ SỬ DỤNG

STT	#Mã Loại dịch vụ đăng ký sử dụng	Tên Loại dịch vụ đăng ký sử dụng
1	ADSL	
2	FTTH	
3	ĐT_codinh	
4	PSTN	
5	IPPhone	
6	Trung_ke	
7	Truyen_hinh	
8	IPTV	
9	Analog	
10	So_1chieu	
11	So_2chieu tương tác	
12	Khác	

5. DANH MỤC GÓI CƯỚC/DỊCH VỤ

STT	Gói cước/Dịch vụ	Mã gói cước	Mô tả
1	Tốc độ (down/up)		
2	Cước niêm yết		
3	Cước thuê bao tháng (khi có KM)		
4	Thời gian hưởng KM		
5	Hình thức đóng cước		
6	Cước cam kết hàng tháng (nếu có)		
7	Cước thuê luồng E1 (trung kế)		
8	Ưu đãi khác (nếu có)		

6. DANH MỤC PHÍ TRIỂN KHAI LẮP ĐẶT

STT	Khoản mục phí triển khai lắp đặt	Mã Khoản mục phí triển khai lắp đặt
1	Phí hòa mạng	
2	Phí thiết bị	
3	Cước đóng trước	
4	Phí đăng ký số đẹp	
5	Phí đăng ký IP	
6	Hạn mức sử dụng (PSTN)	
7	...	

7. DANH MỤC DỊCH VỤ GIÁ TRỊ GIA TĂNG
(áp dụng đối với thuê bao điện thoại cố định)

STT	#Mã Dịch vụ GTGT	Tên dịch vụ giá trị gia tăng	Mô tả
1		Khóa dịch vụ 108x/801x Tạo nhóm trượt liên tục Khóa gọi quốc tế Khóa gọi liên tỉnh và quốc tế Khóa chiều gọi đến Khóa chiều gọi đi Hiện thị số máy gọi đến Khóa gọi di động, liên tỉnh và quốc tế Không hiện thị chủ số gọi Cấp tín hiệu đảo cực cho công ty, khách sạn Cấp tín hiệu đảo cực cho khách hàng thường Hạn chế cuộc gọi dùng mã cá nhân Đàm thoại ba bên Chuyển cuộc gọi tạm thời Quay số rút gọn Cài âm thông báo đổi số Cài đặt hộp thư thoại Tách số máy ra khỏi nhóm trượt Bổ sung số máy vào nhóm trượt Thông báo có cuộc gọi đến khi đàm thoại	

8. DANH MỤC CAM KẾT CỦA KHÁCH

STT	#Mã Cam kết của Khách tham gia chương trình ưu đãi/ KM	Tên cam kết	Mô tả
1		Thời gian trừ cước đóng trước	
2		Ưu đãi thiết bị đầu cuối	
3		Ưu đãi dịch vụ khác	

9. DANH MỤC CAM KẾT HÒA MẠNG

STT	#Mã Cam kết hòa mạng	Tên cam kết hòa mạng	Mô tả
1		Mức cước cam kết	
2		Thời gian cam kết	

10. DANH MỤC HÌNH THỨC THÔNG BÁO CƯỚC

STT	#Mã Hình thức thông báo cước	Tên Hình thức thông báo cước	Mô tả
1		Nhận trực tiếp tại điểm giao dịch của Viettel	
2		Qua thư điện tử	
3		Qua tin nhắn SMS	
4		Qua cổng thông tin điện tử của Viettel	
5		Không nhận	

11. DANH MỤC HÌNH THỨC NHẬN BẢN KÊ CHI TIẾT

STT	#Mã Hình thức nhận bản kê chi tiết	Tên Hình thức nhận bản kê chi tiết	Mô tả
1		Nhận trực tiếp tại điểm giao dịch của Viettel	
2		Qua thư điện tử	
3		Qua cổng thông tin điện tử của Viettel	
4		Không nhận	

12. DANH MỤC HÌNH THỨC THANH TOÁN

STT	#Mã Hình thức thanh toán	Tên Hình thức thanh toán	Mô tả
1		Ủy nhiệm thu qua ngân hàng	
2		Ủy nhiệm chi qua ngân hàng	
3		Tại cửa hàng trực tiếp của Viettel	
4		Thanh toán qua TMĐT	
5		Thanh toán qua thẻ cào (phương thức này không được cung cấp hóa đơn)	

3.3.2 Hệ thống các khoản mục dữ liệu cần quản lý

1. HỢP ĐỒNG

#Số Hợp đồng

Mã CH/Đại lý

Ngày ký HĐ
Nơi ký HĐ
Mã khách hàng_A
Tên khách hàng(/chủ hợp đồng: Tên cơ quan/ tổ chức/ cá nhân)
Số Giấy chứng nhận ĐKDN/Quyết định thành lập/Giấy phép thành lập:....
Nơi cấp GCN
Ngày cấp GCN
Địa chỉ theo GCN.

ĐT
FAX
Email
Mã số thuế

Mã Người đại diện khách hàng
Tên Người đại diện khách hàng
Chức vụ
Ngày sinh
Giới tính
Số CMND/hộ chiếu
Nơi cấp
Ngày cấp
Số hộ khẩu /giấy tờ khác
Nơi cấp hộ khẩu
Ngày cấp hộ khẩu
Số ĐT liên hệ

Người đại diện CTY_B
Địa chỉ
Điện thoại CD
Điện thoại DD
FAX
Mã số thuế
Tài khoản giao dịch

Đơn vị thụ hưởng

STT	#Mã Loại dịch vụ	Địa chỉ lắp đặt	Số ĐT/ tên truy cập	Gói cước/ tốc độ	Phí hòa mạng/lắp đặt	Ghi chú
1						
...						

Điều khoản thống nhất
Mã Hình thức thông báo cước
Mã Hình thức nhận bản kê chi tiết
Email nhận thông báo cước/chi tiết cước

Số ĐT nhận thông báo cước
 Mã Hình thức thanh toán
 Số tài khoản
 Ngân hàng
 Chi nhánh
 Thời hạn và hiệu lực hợp đồng

2. PHIẾU YÊU CẦU

#Số PYC

Số hợp đồng

Mã CH/Đại lý

Mã loại DV

Mã cơ quan/ tổ chức/ cá nhân (mã khách hàng)

Mã Người yêu cầu (mã người đại diện khách hàng)

Mã Người liên hệ địa chỉ lắp đặt

Tên Người liên hệ địa chỉ lắp đặt

Địa chỉ

Điện thoại

Email

Mã Hình thức cung cấp

Account/điện thoại

Số lượng thuê bao

Thuê bao đại diện

Thuê bao chủ tính cước

Thuê bao kèm theo_ Từ số

Thuê bao kèm theo_ đến số

Mã Loại dịch vụ truyền hình

Số kênh truyền hình

Thiết bị bàn giao

#Mã Loại dịch vụ đăng ký sử dụng	Số thuê bao/account	số lượng thuê bao/ số kênh truyền hình	Mã Gói cước	Hình thức cước (trộn gói/ theo lưu lượng)	Ghi chú
----------------------------------	---------------------	----------------------------------------	-------------	-------------------------------------------	---------

#Mã gói cước_Dịch vụ	ADSL	FTTH	PSTN/ IPPhone	TH/nextTV	Combo
----------------------	------	------	---------------	-----------	-------

Thông tin lưu ý gói cước:

#Mã Khoản mục phí triển khai lắp đặt	dịch vụ /thuê bao	Thành tiền	Ghi chú
--------------------------------------	-------------------	------------	---------

Thông tin chi phí triển khai lắp đặt:

#Mã Dịch vụ giá trị gia tăng	Tên Dịch vụ giá trị gia tăng	Tình trạng
------------------------------	------------------------------	------------

#Mã Cam kết của Khách tham gia chương trình ưu đãi/ KM	Nội dung cam kết tham gia	Tình trạng
--------------------------------------------------------	---------------------------	------------

#Mã cam kết hòa mạng số đẹp	Nội dung cam kết hòa mạng số đẹp	Giá trị/ thời gian
-----------------------------	----------------------------------	--------------------

Cam kết tham gia các chương trình khác của Viettel

Thông tin chi tiết liên hệ

Yêu cầu cam kết

Ngày yêu cầu

Tên giao dịch viên

Tên người đại diện Đại lý

3.3.3. Mô hình CSDL quan hệ:

Từ hệ thống danh mục, chúng ta xác định được các lược đồ quan hệ sau:

1. DANH MỤC LOẠI DỊCH VỤ CỐ ĐỊNH_ TRUYỀN HÌNH (#Mã loại DV, Tên loại DV, Mô tả)
2. DANH MỤC HÌNH THỨC CUNG CẤP (#Mã hình thức cung cấp, Tên hình thức cung cấp, Mô tả)
3. DANH MỤC LOẠI DỊCH VỤ TRUYỀN HÌNH (#Mã Loại dịch vụ truyền hình, Tên Loại dịch vụ truyền hình, Mô tả)
4. DANH MỤC DỊCH VỤ ĐĂNG KÝ SỬ DỤNG (#Mã Loại dịch vụ đăng ký sử dụng, Tên Loại dịch vụ đăng ký sử dụng)
5. DANH MỤC GÓI CƯỚC/DỊCH VỤ (#Mã gói cước, Gói cước/Dịch vụ, Mô tả)
6. DANH MỤC PHÍ TRIỂN KHAI LẮP ĐẶT (#Mã Khoản mục phí triển khai lắp đặt, Khoản mục phí triển khai lắp đặt)
7. DANH MỤC DỊCH VỤ GIÁ TRỊ GIA TĂNG (#Mã Dịch vụ giá trị gia tăng, Tên dịch vụ giá trị gia tăng, Mô tả)
8. DANH MỤC CAM KẾT CỦA KHÁCH (#Mã Cam kết của Khách tham gia chương trình ưu đãi/ KM, Tên cam kết, Mô tả)
9. DANH MỤC CAM KẾT HÒA MẠNG (#Mã Cam kết hòa mạng, Tên cam kết hòa mạng, Mô tả)

10. DANH MỤC HÌNH THỨC THÔNG BÁO CƯỚC (#Mã Hình thức thông báo cước,Tên Hình thức thông báo cước,Mô tả)

11. DANH MỤC HÌNH THỨC NHẬN BẢN KÊ CHI TIẾT(#Mã Hình thức nhận bản kê chi tiết,Tên Hình thức nhận bản kê chi tiết,Mô tả)

12. DANH MỤC HÌNH THỨC THANH TOÁN(#Mã Hình thức thanh toán,Tên Hình thức thanh toán,Mô tả)

Từ hệ thống các khoản mục dữ liệu cần quản lý, chúng ta xác định được các lược đồ quan hệ sau:

13.HỢP ĐỒNG (Số Hợp đồng, Mã CH/Đại lý, Ngày ký HĐ, Nơi ký HĐ, Mã Người đại diện khách hàng, Mã Người đại diện CTY_B, Đơn vị thụ hưởng, Điều khoản thống nhất, Mã Hình thức thông báo cước, Mã Hình thức nhận bản kê chi tiết, Email nhận thông báo cước/chi tiết cước, Số ĐT nhận thông báo cước

Mã Hình thức thanh toán, Số tài khoản, Ngân hàng, Chi nhánh, Thời hạn và hiệu lực hợp đồng)

14.KHACHHANG(Mã khách hàng_A, Tên khách hàng, Số Giấy chứng nhận ĐKDN, ĐT, FAX , Email, Mã số thuế)

15. GIAY CN ĐKDN (Số Giấy chứng nhận ĐKDN, Nơi cấp GCN, Ngày cấp GCN,Địa chỉ theo GCN)

16.NGUOI ĐD KHACH(Mã Người đại diện khách hàng, Tên Người đại diện khách hàng, Chức vụ, Ngày sinh, Giới tính, Số CMND/hộ chiếu, Nơi cấp, Ngày cấp, Số hộ khẩu /giấy tờ khác, Nơi cấp hộ khẩu, Ngày cấp hộ khẩu, Số ĐT liên hệ, mã khách hàng)

17.NGUOI ĐD CTY(Mã Người đại diện CTY_B, tên Người đại diện CTY, Địa chỉ, Điện thoại CD, Điện thoại DD, FAX, Mã số thuế, Tài khoản giao dịch)

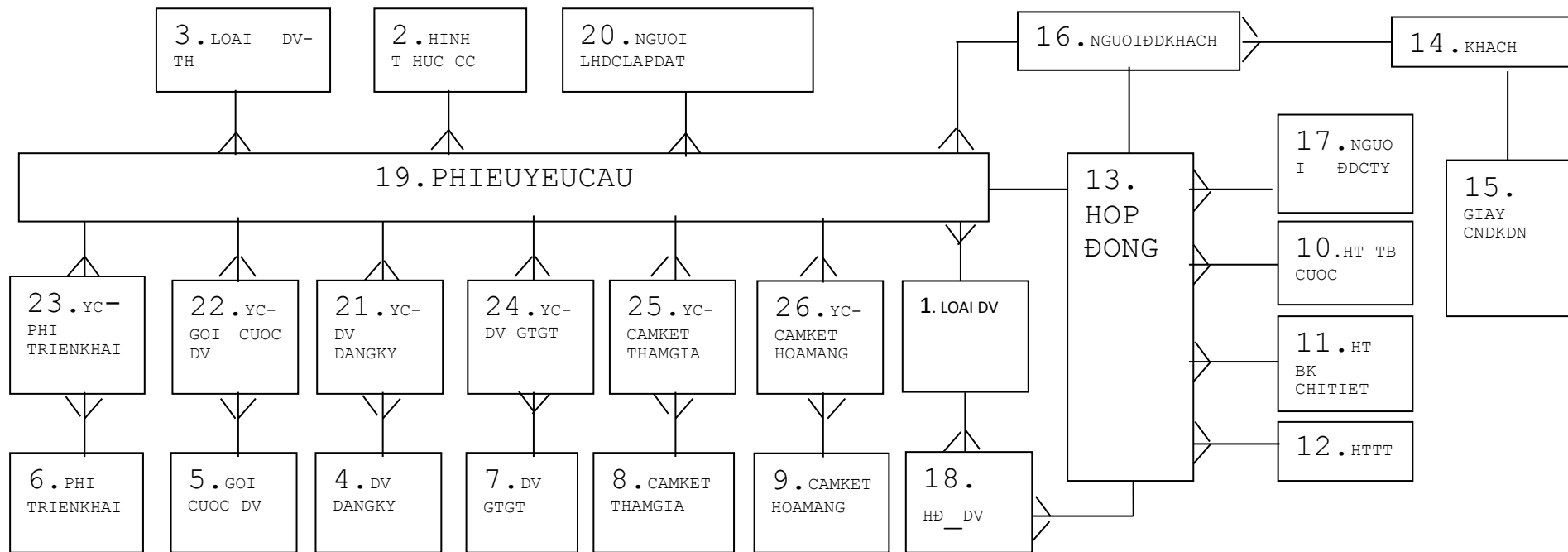
18.HOPDONG DỊCH VỤ (Số Hợp đồng, Mã loại dịch vụ , Địa chỉ lắp đặt,Số ĐT/tên truy cập,Gói cước/ tốc độ,Phí hòa mạng/lắp đặt,Ghi chú)

19. PHIẾU YÊU CẦU (**Số PYC**, Số hợp đồng, Mã CH/Đại lý, Mã loại DV, Mã người đại diện khách hàng, Mã Người liên hệ địa chỉ lắp đặt, Mã Hình thức cung cấp, Account/điện thoại, Số lượng thuê bao, Thuê bao đại diện, Thuê bao chủ tính cước, Thuê bao kèm theo_ Từ số,Thuê bao kèm theo_ đến số, Mã Loại dịch vụ truyền hình,Số kênh truyền hình,Thiết bị bàn giao,Thông tin lưu ý gói cước, Thông tin chi phí triển khai lắp đặt, Cam kết tham gia các chương trình khác của Viettel, Thông tin chi tiết liên hệ, Yêu cầu cam kết, Ngày yêu cầu,Tên giao dịch viên,Tên người đại diện Đại lý)

20. NGUOI LIEN HE (Mã Người liên hệ địa chỉ lắp đặt, Tên Người liên hệ địa chỉ lắp đặt,Địa chỉ, Điện thoại, Email)

21. YÊU CẦU LOAI DV (Số PYC, Mã Loại dịch vụ đăng ký sử dụng ,Số thuê bao/ account,số lượng thuê bao/ số kênh truyền hình,Mã Gói cước,Hình thức cước (trọn gói/ theo lưu lượng),Ghi chú)
22. YÊU CẦU GOI CUOC DV SD (Số PYC,Mã gói cước_Dịch vụ, ADSL,FTTH,FSTN/ IPPhone/TK,TH/nextTV,COMBO)
23. YÊU CẦU PHI TRIEN KHAI (Số PYC,Mã Khoản mục phí triển khai lắp đặt ,dịch vụ /thuê bao,Thành tiền,Ghi chú)
- 24.YÊU CẦU DV GIATRIGIATANG(Số PYC, Mã Dịch vụ giá trị gia tăng, Tình trạng)
- 25.YÊU CẦU CAM KET THAM GIA UUDAI(Số PYC, Mã Cam kết của Khách tham gia chương trình ưu đãi/ KM,Tình trạng)
- 26.YÊU CẦU CAMKET HOAMANG(Số PYC, Mã cam kết hòa mạng số đẹp, Giá trị/ thời gian)
- Tổng cộng, chúng ta có 26 lược đồ.***

3.3.4. Mô hình thực thể_mối quan hệ (mô hình E_R)



3.3.5. Thiết kế CSDL mức vật lý

1.DANH MỤC LOẠI DỊCH VỤ CỐ ĐỊNH_TRUYỀN HÌNH

STT	Tên trường	Kiểu dữ liệu	Cỡ dữ liệu	Khuôn dạng	Ràng buộc	Diễn giải
1	Mã loại DV	Ký tự	6	chữ hoa	FK	khóa chính
2	Tên loại DV	Ký tự	20			
3	Mô tả	Ký tự	30			

2.DANH MỤC HÌNH THỨC CUNG CẤP (#Mã hình thức cung cấp,Tên hình thức cung cấp, Mô tả)

3. DANH MỤC LOẠI DỊCH VỤ TRUYỀN HÌNH (#Mã Loại dịch vụ truyền hình, Tên Loại dịch vụ truyền hình, Mô tả)

4. DANH MỤC DỊCH VỤ ĐĂNG KÝ SỬ DỤNG (#Mã Loại dịch vụ đăng ký sử dụng , Tên Loại dịch vụ đăng ký sử dụng)

5. DANH MỤC GÓI CUỐC/DỊCH VỤ (#Mã gói cước,Gói cước/Dịch vụ, Mô tả)

6. DANH MỤC PHÍ TRIỂN KHAI LẮP ĐẶT(#Mã Khoản mục phí triển khai lắp đặt ,Khoản mục phí triển khai lắp đặt)

7. DANH MỤC DỊCH VỤ GIÁ TRỊ GIA TĂNG(#Mã Dịch vụ giá trị gia tăng,Tên dịch vụ giá trị gia tăng ,Mô tả)

8. DANH MỤC CAM KẾT CỦA KHÁCH(#Mã Cam kết của Khách tham gia chương trình ưu đãi/ KM ,Tên cam kết, Mô tả)

9. DANH MỤC CAM KẾT HÒA MẠNG(#Mã Cam kết hòa mạng,Tên cam kết hòa mạng, Mô tả)

10. DANH MỤC HÌNH THỨC THÔNG BÁO CUỐC (#Mã Hình thức thông báo cước,Tên Hình thức thông báo cước,Mô tả)

11. DANH MỤC HÌNH THỨC NHẬN BẢN KÊ CHI TIẾT(#Mã Hình thức nhận bản kê chi tiết, Tên Hình thức nhận bản kê chi tiết, Mô tả)

12. DANH MỤC HÌNH THỨC THANH TOÁN(#Mã Hình thức thanh toán,Tên Hình thức thanh toán,Mô tả)

13. HỢP ĐỒNG (Số Hợp đồng, Mã CH/Đại lý, Ngày ký HĐ, Nơi ký HĐ, Mã Người đại diện khách hàng, Mã Người đại diện CTY_B, Đơn vị thụ hưởng, Điều khoản thống nhất,

Mã Hình thức thông báo cước, Mã Hình thức nhận bản kê chi tiết, Email nhận thông báo cước/chi tiết cước, Số ĐT nhận thông báo cước, Mã Hình thức thanh toán, Số tài khoản, Ngân hàng, Chi nhánh, Thời hạn và hiệu lực hợp đồng)

14. KHACHHANG(Mã khách hàng_A, Tên khách hàng, *Số Giấy chứng nhận ĐKDN*, ĐT, FAX , Email, Mã số thuế)

15. GIAY CN ĐKDN (Số Giấy chứng nhận ĐKDN, Nơi cấp GCN, Ngày cấp GCN, Địa chỉ theo GCN)

16. NGUOI ĐD KHACH(Mã Người đại diện khách hàng, Tên Người đại diện khách hàng, Chức vụ, Ngày sinh, Giới tính, Số CMND/hộ chiếu, Nơi cấp, Ngày cấp, Số hộ khẩu /giấy tờ khác, Nơi cấp hộ khẩu, Ngày cấp hộ khẩu, Số ĐT liên hệ, mã khách hàng)

17. NGUOI ĐD CTY(Mã Người đại diện CTY_B, tên Người đại diện CTY, Địa chỉ, Điện thoại CD, Điện thoại DD, FAX, Mã số thuế, Tài khoản giao dịch)

18. HOPDONG_DICH VU (Số Hợp đồng, Mã loại dịch vụ , Địa chỉ lắp đặt, Số ĐT/ tên truy cập, Gói cước/ tốc độ, Phí hòa mạng/lắp đặt, Ghi chú)

19. PHIẾU YÊU CẦU (Số PYC, *Số hợp đồng*, Mã CH/Đại lý, *Mã loại DV*, *Mã người đại diện khách hàng*, *Mã Người liên hệ địa chỉ lắp đặt*, *Mã Hình thức cung cấp*, Account/điện thoại, Số lượng thuê bao, Thuê bao đại diện, Thuê bao chủ tính cước, Thuê bao kèm theo_ Từ số, Thuê bao kèm theo_ đến số, *Mã Loại dịch vụ truyền hình*, Số kênh truyền hình, Thiết bị bàn giao, Thông tin lưu ý gói cước, Thông tin chi phí triển khai lắp đặt, Cam kết tham gia các chương trình khác của Viettel, Thông tin chi tiết liên hệ, Yêu cầu cam kết, Ngày yêu cầu, Tên giao dịch viên, Tên người đại diện Đại lý)

20. NGUOI LIEN HE (Mã Người liên hệ địa chỉ lắp đặt, Tên Người liên hệ địa chỉ lắp đặt, Địa chỉ, Điện thoại, Email)

21. YÊU CẦU LOAI DV (Số PYC, Mã Loại dịch vụ đăng ký sử dụng ,Số thuê bao/ account, số lượng thuê bao/ số kênh truyền hình, Mã Gói cước, Hình thức cước (trọn gói/ theo lưu lượng), Ghi chú)

22. YÊU CẦU GOI CUOC DV SD (Số PYC, Mã gói cước_Dịch vụ, ADSL, FTTH, FSTN/ IPPhone/TK, TH/nextTV, COMBO)

23. YÊU CẦU PHI TRIEN KHAI (Số PYC, Mã Khoản mục phí triển khai lắp đặt, dịch vụ /thuê bao, Thành tiền, Ghi chú)

24. YÊU CẦU DV GIATRIGIATANG(Số PYC, Mã Dịch vụ giá trị gia tăng, Tình trạng)

25. YÊU CẦU CAM KẾT THAM GIA UUDAI(Số PYC, Mã Cam kết của Khách tham gia chương trình ưu đãi/ KM, Tình trạng)

26. YÊU CẦU CAM KẾT HOAMANG(Số PYC, Mã cam kết hòa mạng số đẹp, Giá trị/ thời gian)

3.4. Yêu cầu chương trình thử nghiệm

Chương trình thử nghiệm xây dựng cần đạt những yêu cầu sau:

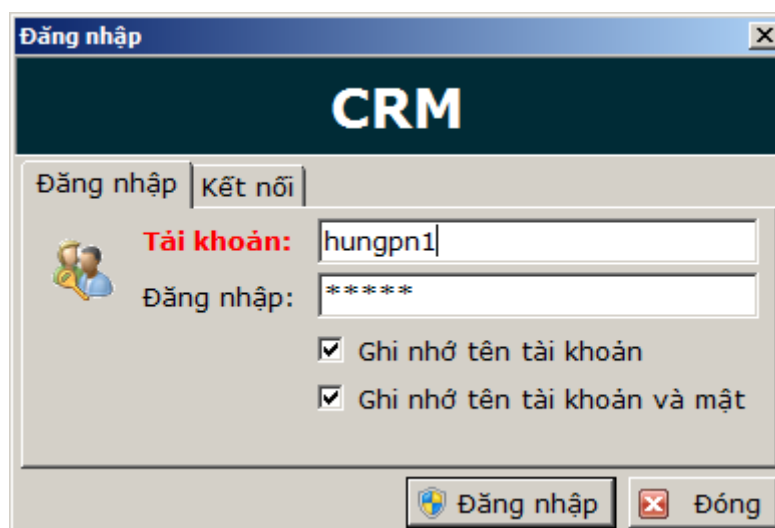
- Đáp ứng đầy đủ các yêu cầu quản lý của ngành.
- Thuận tiện cho người sử dụng.
- Có hỗ trợ đầy đủ các tiện ích kỹ thuật trong quá trình xử lý số liệu, quá trình tìm kiếm, xử lý và lập báo cáo.

Chương trình được xây dựng trên nền tảng được phát triển bởi Microsoft với khả năng tương thích rộng rãi cho người sử dụng.

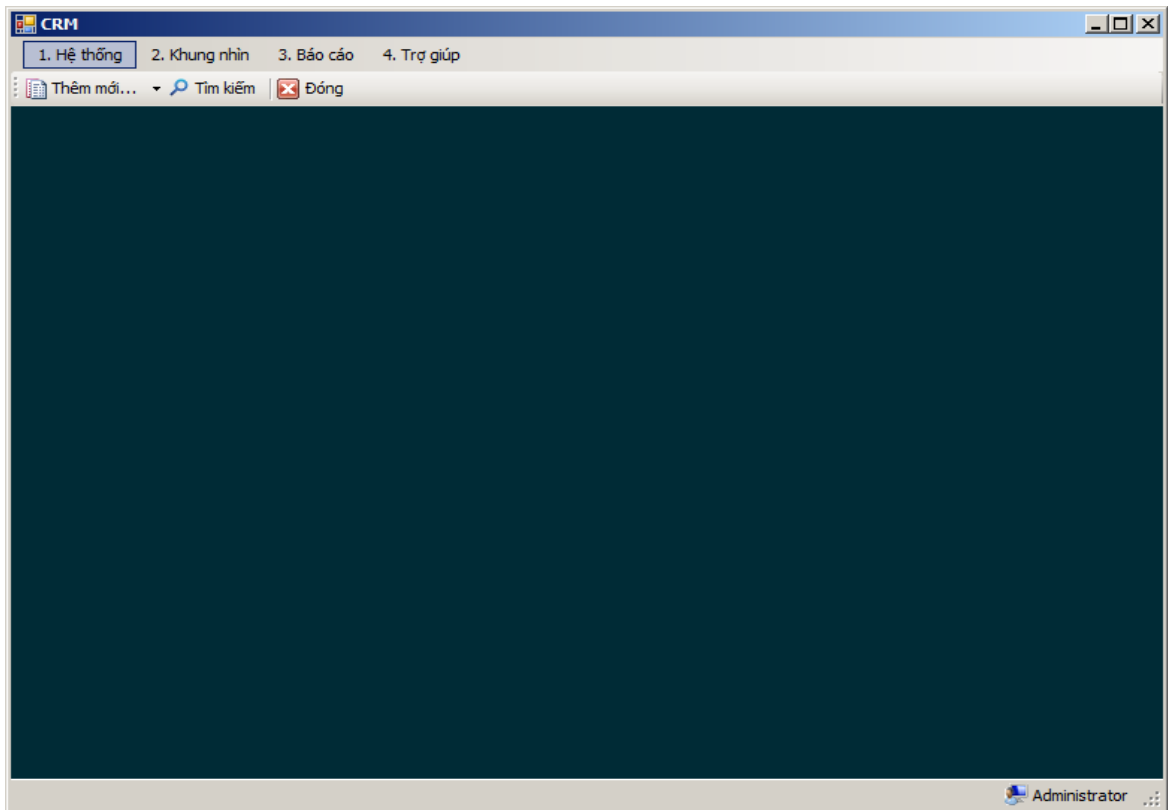
- Hệ quản trị CSDL: SQL SERVER
- Sử dụng ngôn ngữ lập trình: C#, .net framework 4.0

3.5. Các giao diện chính của chương trình

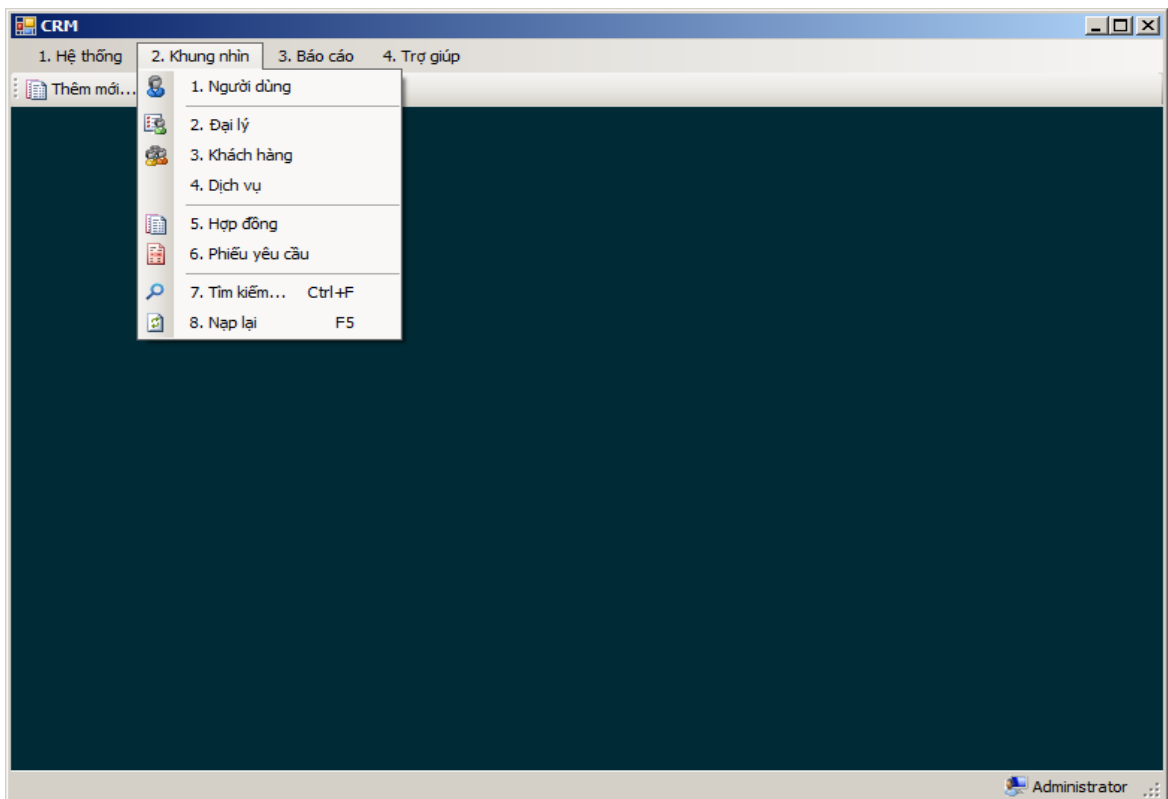
- Đăng nhập chương trình bằng user được cấp phân quyền:



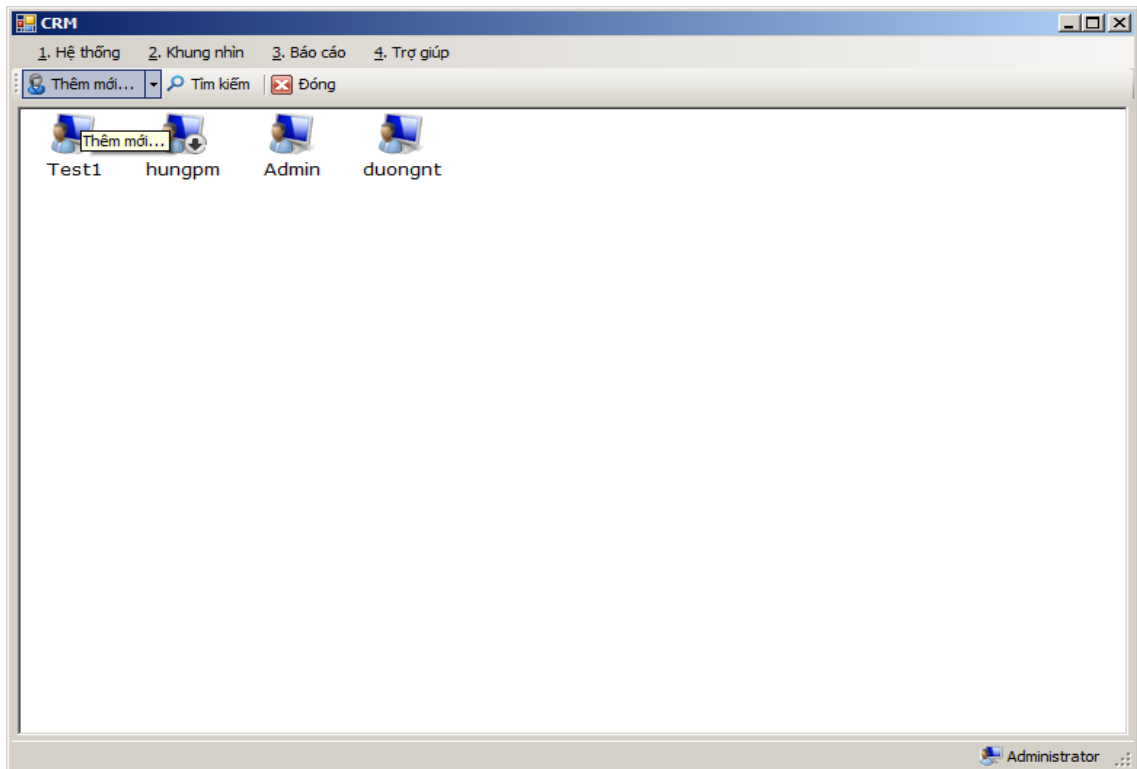
- Giao diện chính của phần mềm sau khi đăng nhập:



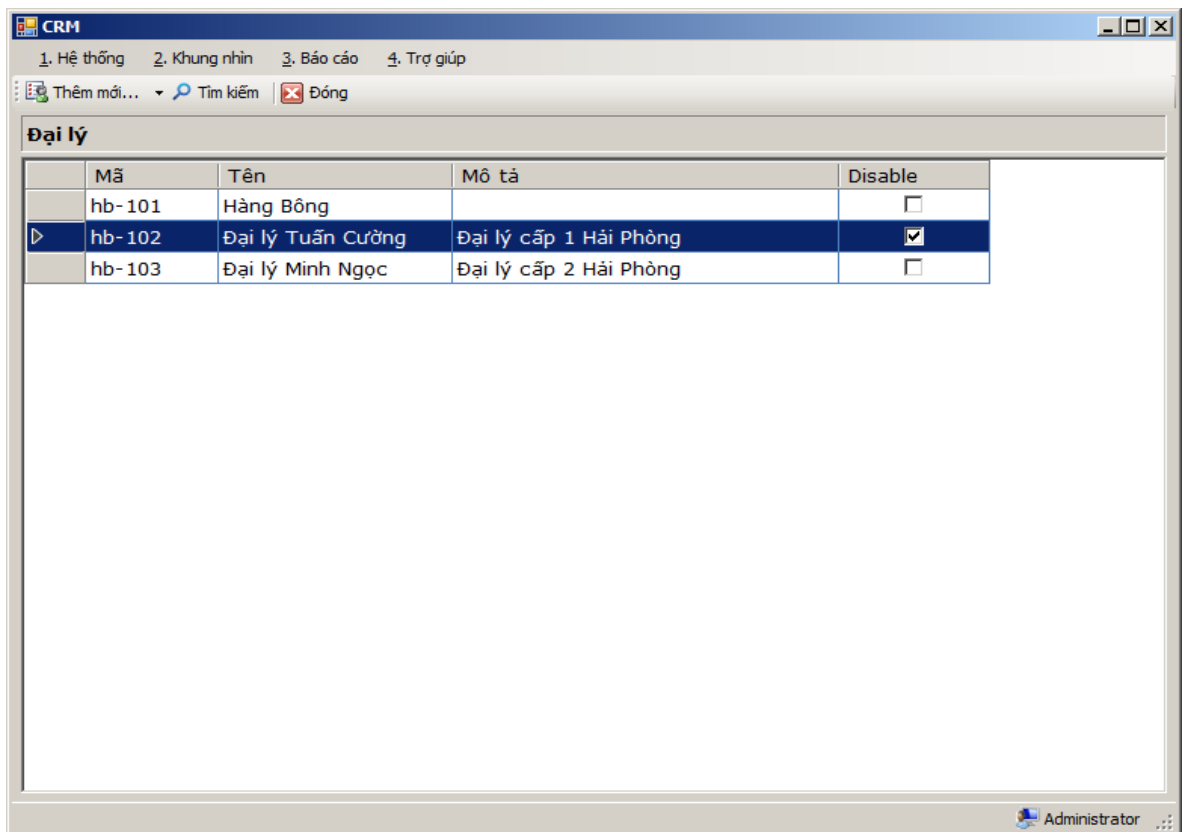
- Menu chức năng quản lý Người dùng, Đại lý, Khách hàng và hợp đồng:



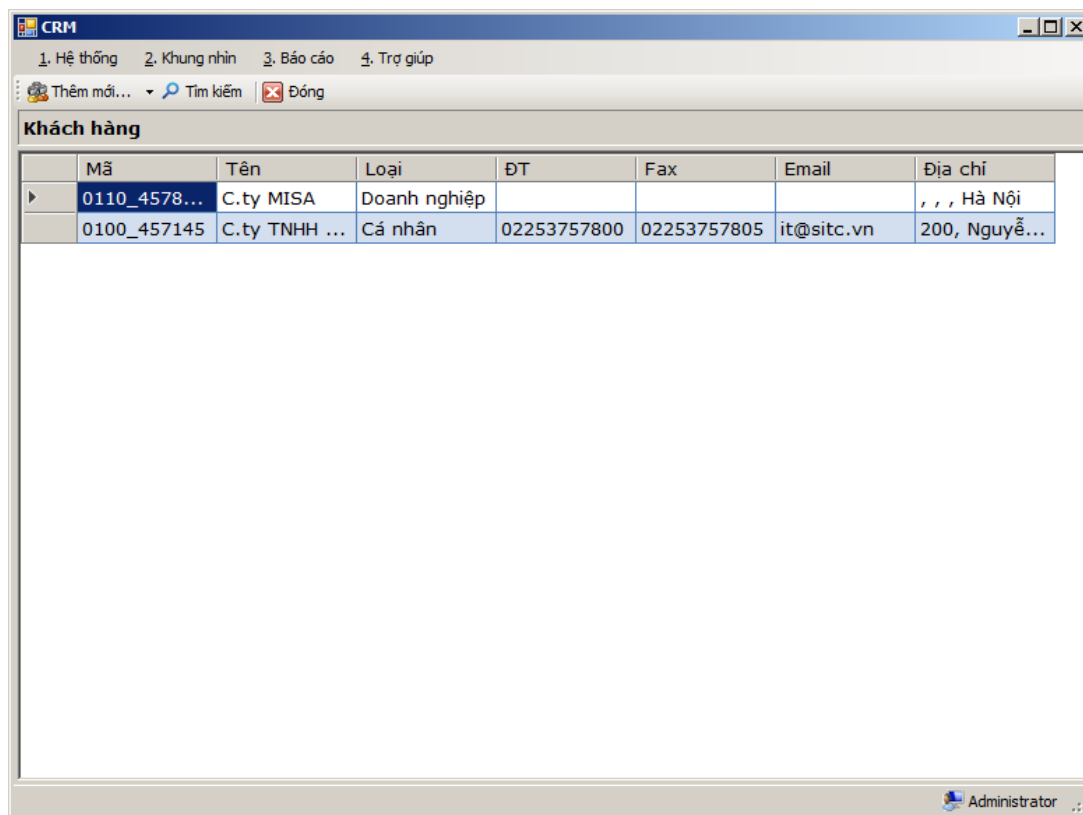
- Chức năng quản lý, phân cấp user cho người sử dụng:



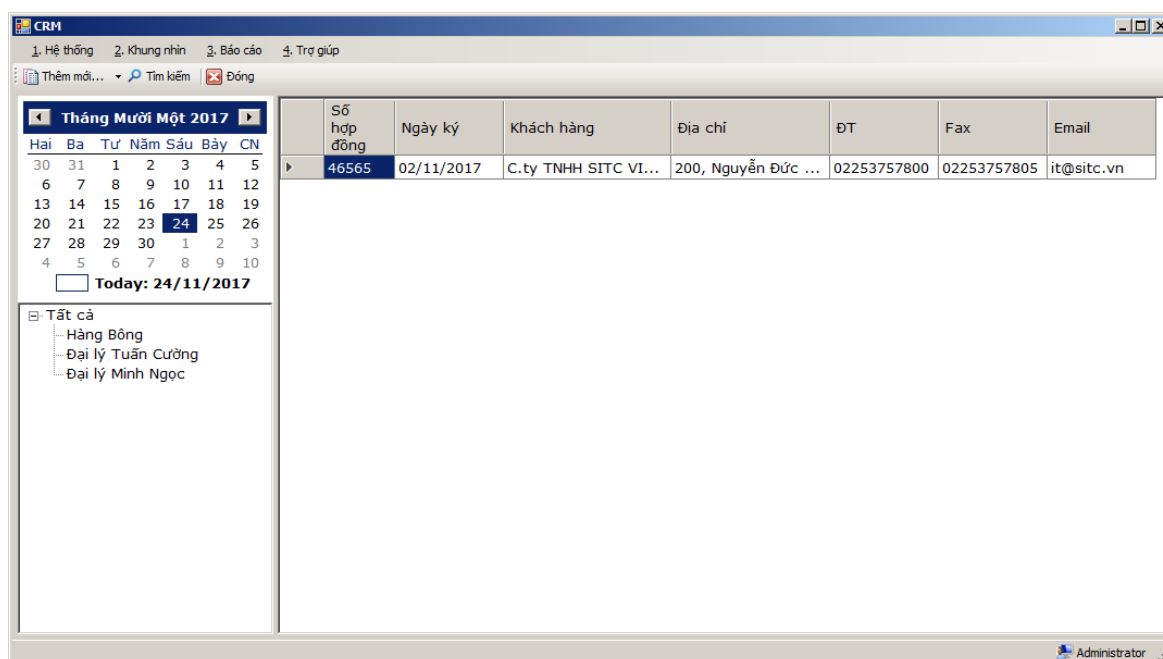
- Chức năng quản lý Đại lý:



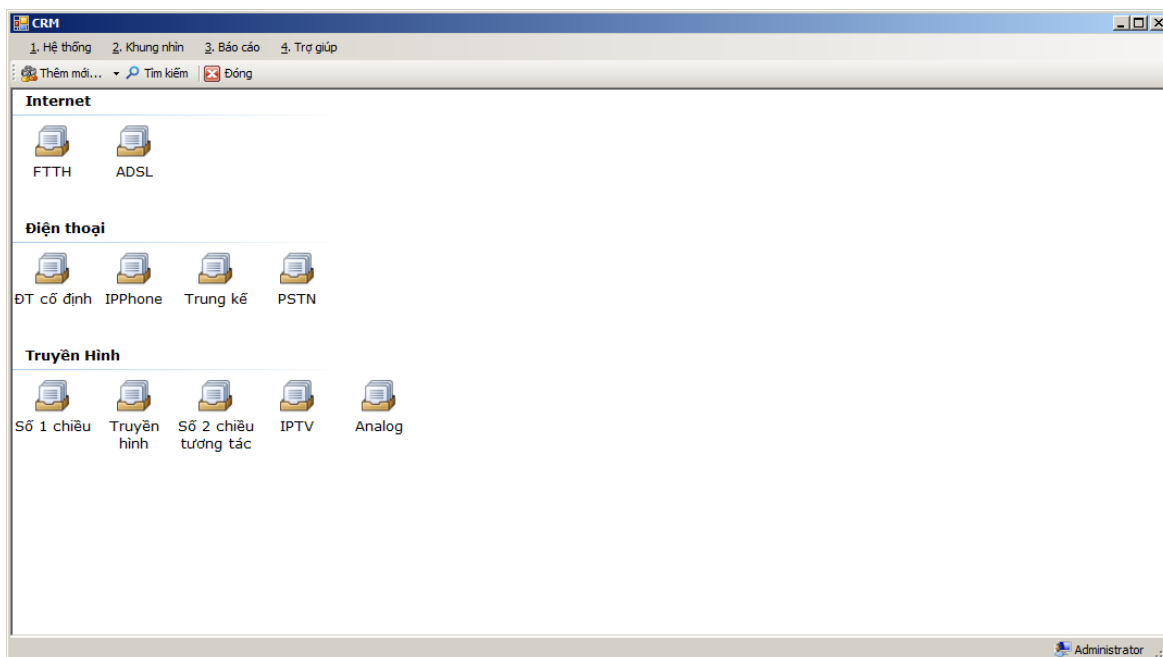
- Chức năng quản lý khách hàng:



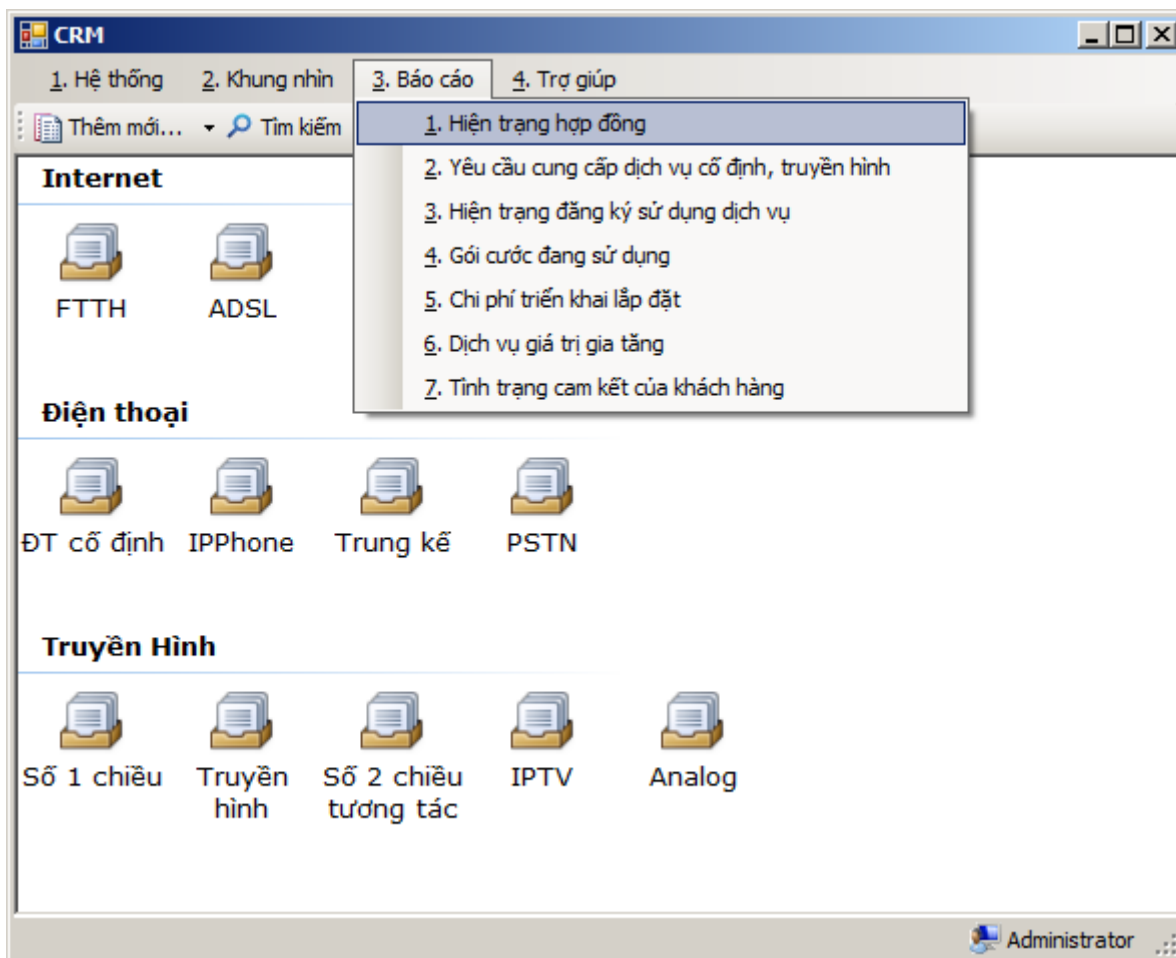
- Chức năng quản lý Hợp đồng:



- Chức năng quản lý theo dịch vụ:



- Chức năng báo cáo:



3.6. Kết quả và đánh giá những ưu khuyết điểm, hướng mở rộng

Đánh giá:

- Kết quả thử nghiệm phần mềm chạy được các tính năng cơ bản đúng với yêu cầu của đề tài.
- Chương trình thực hiện cho kết quả đúng theo yêu cầu.
- Giao diện phần mềm tương đối đơn giản, dễ thao tác, sử dụng.

Hướng phát triển:

- Phát triển chương trình kết hợp thêm các tính năng cập nhật thường xuyên theo yêu cầu của ngành dịch vụ viễn thông.
- Tích hợp điện toán đám mây để CSDL được phân tán, an toàn trong quá trình vận hành khai thác.

KẾT LUẬN

Qua thời gian nghiên cứu, phân tích và xây dựng phần mềm phân hệ quản lý hợp đồng và khách hàng trong CRM tôi đã đạt được một số kết quả như sau:

- Tìm hiểu tổng quan về các khái niệm, đánh giá, phân tích các phân hệ hợp đồng, khách hàng trong CRM, mô hình hóa phần mềm.
- Đánh giá được các đặc trưng của hệ thống quản trị quan hệ khách hàng và tình hình nghiên cứu, phát triển và triển khai CRM tại Việt Nam.
- Mô tả hoàn thiện hoạt động nghiệp vụ của hệ quản trị quan hệ khách hàng.
- Xây dựng được chương trình quản lý phân hệ hợp đồng và khách hàng, quản lý hoạt động bán hàng...

Điểm hạn chế

- Việc nghiên cứu và xây dựng ứng dụng còn giới hạn trong phạm vi nhỏ vẫn chưa đầy đủ các module, tính năng cần phải bổ sung thêm để phù hợp với việc các dịch vụ viễn thông luôn có sự thay đổi.

Hướng mở rộng

- Làm mịn hơn các quy trình mô hình hóa phân hệ quản lý quan hệ khách hàng và quản lý bán hàng.
- Phân tích, thiết kế và mô hình hóa các phân hệ như phân hệ quản lý các giao dịch online, phân hệ quản lý hoạt động online.
- Phân tích để đưa ra được công thức đánh giá đánh giá và đưa ra dự báo về mối quan hệ giữa doanh nghiệp với khách hàng trong tương lai, dự báo về tiềm năng bán hàng cho các tổ chức dựa trên các cơ hội và chiến dịch.
- Tích hợp phân hệ quản trị email, sms cảnh báo, phân hệ quản lý tình huống vào trong chương trình.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

A. TIẾNG VIỆT

[1]. Lê Thị Châu (2010), *Công nghệ hướng đối tượng và ứng dụng phát triển hệ thống quản lý khách hàng giai đoạn trước và sau khi bán hàng của doanh nghiệp*, Luận văn thạc sỹ CNTT, Trường Đại học Công nghệ, Đại học Quốc gia Hà Nội.

[2]. Bùi Thị Hồng Nhung (2008), *Phân tích và thiết kế Hệ thống thông tin quản lý Hoạch định nguồn lực doanh nghiệp*, Luận văn thạc sỹ CNTT, Trường Đại học Công nghệ, Đại học Quốc gia Hà Nội.

[3]. Phan Chí Hiếu (2009), *Phát triển hệ quản trị quan hệ khách hàng của doanh nghiệp dựa trên UML*, Luận văn thạc sỹ CNTT, Trường Đại học Công nghệ, Đại học Quốc gia Hà Nội.

[4]. Lê Văn Phùng (2010), *Cơ sở dữ liệu quan hệ và công nghệ phân tích thiết kế*, Nhà xuất bản Thông tin và Truyền thông.

[5]. Lê Văn Phùng (2016), *Hệ thống thông tin quản lý*, Tái bản lần 1, Nhà xuất bản Thông tin và Truyền thông .

[6]. Viettel Tập đoàn Viễn thông quân đội (2017), *Một số tài liệu nghiệp vụ*.

B. TIẾNG ANH

[7]. Charles M. Futrell, Irwin Mc. Graw-Hill (1998), *Fundamentals of Selling - Customers for Life*.

[8]. Stanley A. Brown (2000), *Customer Relationship Management* , John Wiley & Son Canada Ltd .

[09]. Silvia T. Acuna and Natalia Juristo (2002), *Software process modeling* , John Wiley & Son Canada Ltd.

[10]. Warren Blanding, Amacom (1991), *Customer Service Operations: The Complete Guide* .

C. INTERNET

[11]. CRM Việt Nam (www.crmvietnam.com)