

## TỪ CHẤT LƯỢNG LÀ TRÊN HẾT TỚI PHỤC VỤ TẬN TÂM

Lợi ích của khách hàng là mục tiêu hướng tới, đồng thời là kết quả của những nỗ lực thực thi sứ mệnh Chất lượng là trên hết (Quality First) và tinh thần Phục vụ tận tâm (Omotenashi) xuyên suốt.



### Chất lượng là trên hết

Trong tài liệu "The Invention Journal", ngài Sakichi Toyoda - nhà sáng lập tập đoàn Toyota Nhật Bản đã đặt ra yêu cầu: "Không bán sản phẩm nếu chưa thử nghiệm kỹ càng". Ở đây, yếu tố chất lượng là nền tảng cho trải nghiệm của khách hàng trong suốt quá trình sử dụng sản phẩm. Danh tiếng cùng thị phần của Toyota trên toàn thế giới được xây dựng chính từ nền tảng đó. Giống như những gì khách hàng Việt đang nói về Toyota, tính bền bỉ, đáng tin cậy, kinh tế và thú vị là trải nghiệm thực tế từ chất lượng Toyota.

Vì chất lượng là trên hết trong khi tiêu chuẩn chất lượng lại luôn thay đổi nên Toyota không tự hài lòng với những thành quả đã đạt được, thay vào đó là không ngừng cải tiến (Kaizen) để đưa chất lượng lên tầm cao mới song song mức độ phát triển của công nghệ, nhu cầu thị trường, và hành trình trải nghiệm của khách hàng. Tại Việt Nam, TMV thúc đẩy mục tiêu chất lượng thông qua dự án "Chất lượng làm nên tất cả" (No Quality. No Life), từ chất lượng công việc tới chất lượng sản phẩm, hoạt động bán hàng, và dịch vụ. Thước đo cuối cùng cho nỗ lực này không gì khác ngoài "nụ cười khách hàng", thể hiện sự hài lòng khi được đáp ứng vượt trên mong đợi.

Vậy điều gì đem tới chất lượng công việc? Có rất nhiều yếu tố ảnh hưởng tới chỉ tiêu này, nhưng căn bản nhất vẫn thuộc về khía cạnh con người, trong đó trình độ và kỹ năng chuyên môn là trọng tâm. Vì vậy, bên

cạnh các hoạt động đào tạo và phát triển nguồn nhân lực thì trong suốt 21 năm qua, TMV liên tục tổ chức các kỳ Hội thi tay nghề Toyota dành cho các nhân viên tuyển đầu về bán hàng và dịch vụ đến từ hệ thống đại lý Toyota trên toàn quốc nhằm nâng cao chất lượng nguồn nhân lực, từ đó nâng cao chất lượng bán hàng và chất lượng dịch vụ sau bán hàng. Năm nay, với chủ đề "Bứt phá, vươn xa", hội thi là cơ hội để các thành viên Toyota thấy được kỹ năng tư vấn chăm sóc khách hàng, cũng như dịch vụ kỹ thuật chuyên nghiệp, qua đó giữ trọn được niềm tin và nụ cười khách hàng.



Song song, trong khuôn khổ dự án No Quality. No Life, TMV phát động Phong trào Chất lượng nội bộ vào tháng 10 năm nay dành cho toàn bộ các phòng ban của TMV và đại lý. Thông qua phong trào này, các thành viên sẽ cùng nhau hướng tới mục tiêu cải thiện chất lượng trong công việc, qua đó mang lại những sản phẩm và dịch vụ chất lượng tốt nhất cho khách hàng.



### **Phục vụ tận tâm**

Xuất phát từ tinh thần của kiếm đạo và trà đạo Nhật Bản, Omotenashi thể hiện lòng hiếu khách đi cùng sự chân thật tuyệt đối, cùng nét duyên dáng và thái độ cung kính mực thước trong từng cử chỉ, hành vi nhỏ nhất. Với Omotenashi, người bán hàng có thể đoán trước được nhu cầu của khách hàng và đưa ra sản phẩm, dịch vụ tốt nhất mà khách hàng không ngờ tới.

Tại TMV, Omotenashi là tinh thần cốt lõi và xuyên suốt, là một tiêu chuẩn phục vụ chung nhưng được áp dụng dưới hình thức cá thể hóa để cá nhân mỗi khách hàng đều được phục vụ theo nhu cầu của riêng mình. Từ năm 2015, Omotenashi đã chính thức được triển khai tới các đại lý của TMV, trong đó, chào hỏi khách hàng là một trong những hoạt động quan trọng góp phần tạo nên sự hài lòng của khách hàng. Với "Chiến dịch chào hỏi 2019", các đại lý khuyến khích và thúc đẩy tất cả nhân viên thực hiện hoạt động chào hỏi một cách thân thiện khi gặp khách hàng tại bất kỳ vị trí tiếp xúc nào tại đại lý - chính là các "điểm chạm" trong hành trình trải nghiệm của khách hàng.





Những nỗ lực của TMV và đại lý khiến Omotenashi trở thành một phần thiết yếu trong văn hóa phục vụ khách hàng tại Toyota, nâng cao tỷ lệ hài lòng của khách hàng về môi trường giao tiếp từ đó tăng cường hơn nữa sự gắn kết khách hàng. Kết hợp Omotenashi cùng triết lý Kaizen và mục tiêu chất lượng trên hết, TMV đã gặt hái được những thành tựu đáng tự hào. Tháng 10/2019, TMV vinh dự được nhận Giải thưởng xuất sắc về lĩnh vực Marketing từ Tập đoàn Toyota Nhật Bản năm thứ 3 liên tiếp, đây là sự ghi nhận nỗ lực của TMV trong lĩnh vực bán hàng và dịch vụ. Trước đó, TMV cũng ghi dấu ấn tượng bằng chỉ số Mức độ hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ bán hàng (SSI) dẫn đầu thị trường trong 4 năm liên tiếp (từ năm 2015 - 2018). Chỉ số này phản ánh việc TMV đã thực hiện tốt quy trình tư vấn, thủ tục bán hàng và giao xe nhanh chóng; nhân viên bán hàng cũng có tác phong chuyên nghiệp, hiểu rõ nhu cầu của khách hàng, đưa ra các thỏa thuận phù hợp với từng đối tượng khách hàng, mang lại sự hài lòng vượt trên mong đợi của khách hàng.

Đặt khách hàng vào trung tâm của mọi quá trình nhằm thực hiện thành công triết lý khách hàng là trên hết không những là cách để TMV kế thừa những giá trị truyền thống của thương hiệu Toyota, mà còn đưa các giá trị ấy lên tầm cao mới. Nụ cười hài lòng của khách hàng Việt là thành quả của tinh thần và nỗ lực đó.

Bên cạnh đó, TMV cũng dẫn đầu thị trường ở chỉ số Mức độ hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ hậu mãi (CSI) trong 3 năm liên tiếp (2016 - 2018), thể hiện sự tiện lợi trong việc đặt lịch hẹn làm dịch vụ, tư vấn chuyên nghiệp và thái độ ân cần từ nhân viên tư vấn, chất lượng dịch vụ sửa chữa và bảo dưỡng cao với đội ngũ kỹ thuật tay có nghề cao, thủ tục thanh toán và bàn giao xe đã hoàn thành dịch vụ cho khách hàng rất nhanh chóng.



Đặt khách hàng vào trung tâm của mọi quá trình nhằm thực hiện thành công triết lý Khách hàng trên hết không những là cách để TMV kế thừa những giá trị truyền thống của thương hiệu Toyota, mà còn liên tục phát huy, đưa các giá trị ấy lên tầm cao mới. Nụ cười hài lòng của khách hàng Việt là thành quả sau cùng của tinh thần và nỗ lực đó.