

TỔNG CÔNG TY DU LỊCH SÀI GÒN TNHH MỘT THÀNH VIÊN



TRƯỜNG TRUNG CẤP DU LỊCH VÀ KHÁCH SẠN

GIÁO TRÌNH

**MÔ ĐUN: KỸ NĂNG GIAO TIẾP VÀ CHĂM SÓC
KHÁCH HÀNG**

**NGÀNH : QUẢN LÝ KHÁCH SẠN, QUẢN LÝ NHÀ
HÀNG, HƯỚNG DẪN DU LỊCH, KỸ
THUẬT CHẾ BIẾN MÓN ĂN, KỸ THUẬT
LÀM BÁNH, KỸ THUẬT PHA CHẾ ĐỒ
UỐNG**

TRÌNH ĐỘ: TRUNG CẤP

TP. Hồ Chí Minh, năm 2019

LỜI NÓI ĐẦU

Trong nền kinh tế cạnh tranh như ngày nay, việc hướng tới một dịch vụ khách hàng chuyên nghiệp thực sự rất cần thiết bởi nó quyết định đến sự sống còn của bất kỳ một doanh nghiệp nào. Và khi du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn của nước ta thì ngành kinh doanh dịch vụ lưu trú là một nghề chiếm vị trí quan trọng và quyết định đến sự thành bại trong hoạt động kinh doanh của các doanh nghiệp.

Không chỉ riêng nhân viên Lễ tân mà toàn thể nhân viên khách sạn là người đóng vai trò quan trọng trong việc giới thiệu, quảng bá hình ảnh của khách sạn; thu hút và lưu giữ khách; là người cần phải có kiến thức chuyên môn, có kỹ năng nghiệp vụ và quan trọng hơn chính là khả năng giao tiếp, ứng xử với khách hàng. Mỗi lời nói, cử chỉ và hành động của nhân viên trong khách sạn đều tác động đến quyết định tiêu dùng của khách hàng. Dịch vụ chỉ tốt khi người cung cấp sản phẩm, dịch vụ vượt mong đợi của khách hàng. Việc này đòi hỏi người nhân viên khách sạn cần có sự trao dồi Kỹ năng giao tiếp và chăm sóc khách hàng nhằm cung cấp cho khách một dịch vụ khách hàng ngày một chuyên nghiệp hơn.

Xuất phát từ yêu cầu thực tiễn và yêu cầu của công tác đào tạo cho sinh viên tại Trường Trung Cấp Du lịch & Khách sạn Saigontourist, giáo trình “***Kỹ Năng Giao Tiếp và Chăm Sóc Khách Hàng***” ra đời nhằm góp phần nâng cao chất lượng phục vụ cho doanh nghiệp nói riêng và cho ngành Du lịch Việt Nam nói chung.

Giáo trình được hoàn thành sau thời gian nghiên cứu tài liệu kết hợp với những kiến thức thực tế từ môi trường kinh doanh khách sạn. Tuy nhiên, trong quá trình biên soạn, nhóm biên soạn không tránh khỏi những thiếu sót, rất mong nhận được sự đóng góp ý kiến từ Quý Thầy Cô đồng nghiệp và quý độc giả để giáo trình được hoàn thiện hơn.

Nhóm Biên soạn

Tp. HCM, ngày tháng năm

MỤC LỤC

	TRANG
Lời nói đầu.....	01
BÀI 1: KHÁI NIỆM VỀ GIAO TIẾP	
1.1. Mô tả nghề nghiệp.....	05
1.2 Thuận lợi và khó khăn của ngành nghề.....	06
1.3. Định nghĩa về giao tiếp.....	07
1.4. Vai trò của giao tiếp.....	08
1.5. Lý do cần phải giao tiếp.....	08
BÀI 2: CÁC HÌNH THỨC GIAO TIẾP	
2.1. Những trở ngại trong giao tiếp.....	09
2.2. Biện pháp để khắc phục những trở ngại trong giao tiếp.....	09
2.3. Liệt kê hành động giao tiếp hàng ngày.....	10
2.4. Các hình thức giao tiếp.....	10
2.5. Bài tập tình huống giao tiếp.....	10
2.6. Những lưu ý trong giao tiếp.....	10
2.6.1 Những lưu ý trong giao tiếp bằng lời.....	10
2.6.2 Những lưu ý trong giao tiếp bằng văn bản.....	10
2.6.3 Những lưu ý trong giao tiếp bằng hình ảnh.....	10
2.6.4 Những lưu ý trong giao tiếp không lời.....	10
BÀI 3: GIAO TIẾP KHÔNG LỜI	
3.1. Các yếu tố ảnh hưởng đến giao tiếp không lời.....	11
3.2. Ảnh hưởng của diện mạo cá nhân.....	11
3.3. Ngôn ngữ hình thể.....	12

3.4. Ý nghĩa của âm thanh.....	19
3.5. Bài tập tổng hợp.....	21

BÀI 4: DỊCH VỤ KHÁCH HÀNG

4.1. Khái niệm về dịch vụ khách hàng.....	22
4.2. Định nghĩa về dịch vụ khách hàng.....	22
4.3. Mô tả dịch vụ khách hàng.....	22
4.4. Tìm hiểu suy nghĩ của khách về dịch vụ khách hàng.....	22
4.5. Tầm quan trọng của dịch vụ khách hàng.....	23
4.6. Làm thế nào để cung cấp dịch vụ khách hàng tốt.....	24
4.6.1 Sử dụng ngôn từ phù hợp.....	24
4.6.2 Sử dụng ngôn ngữ hình thể đúng.....	24
4.6.3 Sử dụng gương mặt đúng.....	25
4.6.4 Yêu cầu trợ giúp nếu gặp trở ngại.....	25
4.7. Định vị vị trí của nhân viên phục vụ.....	25
4.7.1 Hình ảnh của người nhân viên phục vụ.....	25
4.7.2 Tác phong của người nhân viên phục vụ.....	25
4.7.3 Những chia sẻ để thay đổi suy nghĩ bản thân.....	26

BÀI 5: THỂ HIỆN MONG MUỐN PHỤC VỤ KHÁCH

5.1. Hoạt động thể hiện mong muốn.....	27
5.2. Ý nghĩa của DESIRE	27
5.3. Cam kết thực hiện phục vụ khách hàng.....	28

TÀI LIỆU THAM KHẢO	29
---------------------------------	----

GIÁO TRÌNH MÔ-ĐUN

Tên mô-đun: **KỸ NĂNG GIAO TIẾP VÀ CHĂM SÓC KHÁCH HÀNG**

Mã mô-đun:

Vị trí, tính chất của mô-đun:

- **Vị trí:** Kỹ năng giao tiếp và chăm sóc khách hàng là mô-đun cơ sở nghề trong chương trình khung đào tạo trình độ trung cấp nghề “Quản trị lưu trú”. và “Quản trị Nhà hàng”. Mô-đun này nhằm trang bị cho sinh viên những kiến thức và kỹ năng bổ trợ cho nghiệp vụ lễ tân và nhà hàng khách sạn.

- **Tính chất:** Kỹ năng giao tiếp và chăm sóc khách hàng là mô-đun lý thuyết kết hợp với thực hành, đánh giá kết quả bằng kiểm tra kết thúc mô-đun và thông qua thể hiện, thực hành trong suốt quá trình trên lớp.

Mục tiêu mô-đun:

- **Kiến thức:** Mô-đun này cung cấp cho người học những kiến thức cơ bản cần phải có để thể hiện trong giao tiếp hàng ngày nhằm gây được thiện cảm thông qua ấn tượng đầu tiên, giúp nâng cao tính chuyên nghiệp trong ngành nghề.
- **Kỹ năng:** Sau khi hoàn tất mô-đun này, người học có khả năng thể hiện các cách thức giao tiếp chuyên nghiệp theo đúng những chuẩn tắc nghiệp vụ ngành nghề, chuẩn bị diện mạo cá nhân chuẩn mực, lưu ý đến các điều nên và không nên để có thể tạo được ấn tượng đầu tiên tốt đẹp.
- **Năng lực tự chủ và trách nhiệm:** Ngoài những kiến thức và kỹ năng nêu trên, học viên còn được trang bị và rèn luyện những năng lực tự chủ như làm thế nào để giao tiếp có hiệu quả, tự kiểm soát được bản thân trong mọi tình huống, kỹ năng làm việc nhóm và làm việc độc lập để ý thức được tinh thần trách nhiệm của bản thân trong một tập thể lớn.

Nội dung mô-đun

BÀI 1: KHÁI NIỆM VỀ GIAO TIẾP

MỤC TIÊU

Sau khi học xong bài này, học viên có thể:

- Nhận định được những thuận lợi và bất lợi của ngành dịch vụ chăm sóc khách hàng.
- Giải thích được những lý do cần phải giao tiếp
- Nhận thức được vai trò của giao tiếp trong công việc và cuộc sống.

NỘI DUNG

1.1. Mô tả nghề nghiệp

Do đời sống vật chất và tinh thần của con người ngày càng tăng đòi hỏi sự ra đời của ngành dịch vụ để phục vụ các nhu cầu thiết yếu. Vì thế, đây được xem là ngành kinh tế mũi nhọn được nhà nước quan tâm đầu tư và phát triển trong những năm gần đây.

Ngành dịch vụ là ngành công nghiệp không khói mà các sản phẩm tạo ra mang tính phi vật chất và không gây hại đến môi trường. Với mục đích hình thành là để phục vụ nhu cầu của con người nên phụ thuộc vào mức độ sử dụng khi khách hàng hưởng thụ các dịch vụ đó, mang lại hiệu quả kinh tế cao so với các ngành khác.

Sự phân loại dịch vụ ở các lĩnh vực như: Kinh doanh (Tài chính, bảo hiểm, bất động sản, vận tải...), tiêu dùng (Hoạt động buôn bán, du lịch, dịch vụ cá nhân...), dịch vụ công (Hành chính công, hoạt động đoàn thể). Nhờ sự phân loại và phát triển này đã thu hút nguồn lao động và tạo việc làm cho nhiều người. Đồng thời khai thác và sử dụng hiệu quả các nguồn tài nguyên thiên, các di tích lịch sử - văn hóa, các thành tựu khoa học - kỹ thuật.

Một số công việc chung mà những người tham gia trong ngành dịch vụ sẽ thực hiện:

- Tìm hiểu nhu cầu của khách hàng

- Giới thiệu, tư vấn sản phẩm
- Đáp ứng nhu cầu của khách hàng
- Chăm sóc khách hàng
- Làm dâu trăm họ

1.2. Thuận lợi và bất lợi của ngành nghề

Những thuận lợi trong ngành dịch vụ:

- ✓ Cải thiện kỹ năng giao tiếp: Công việc hằng ngày hỗ trợ và tạo điều kiện rất nhiều cho các nhân viên tiếp xúc, trò chuyện, giao lưu và hiểu biết thêm về nhiều đối tượng khách trong nhiều lĩnh vực khác nhau, từ đó họ có thêm kiến thức, sự tự tin, cải thiện kỹ năng giao tiếp giúp hoàn thành tốt công việc của mình.
- ✓ Kiểm soát được cảm xúc: Bên cạnh sản phẩm hữu hình thì sản phẩm vô hình là một nét rất riêng, đặc trưng của ngành dịch vụ, các nhân viên luôn giữ cho mình một thái độ, gương mặt phù hợp trong giờ làm việc, chính vì vậy lâu dần họ sẽ không để những cảm xúc cá nhân hoặc không tích cực thể hiện trên gương mặt.
- ✓ Môi trường làm việc năng động và có nhiều cơ hội thăng tiến: Với yêu cầu, đòi hỏi của ngành dịch vụ, người nhân viên cũng trở nên linh hoạt, nhanh nhẹn và xử lý các tình huống tốt hơn trong việc đáp ứng nhu cầu của khách hàng, chính vì thế bên cạnh việc cải thiện và phát triển bản thân, người làm trong ngành dịch vụ rất dễ thích nghi với nhiều công việc, ngành nghề và môi trường làm việc khác nhau.
- ✓ Diện mạo chín chu, chuyên nghiệp sẽ tạo ấn tượng đầu tiên và giúp tạo một hình ảnh chuyên nghiệp về khách sạn. Chính vì yêu cầu của công việc hằng ngày cần sự chín chu sẽ tạo thành thói quen giúp người nhân viên trong ngành dịch vụ xuất hiện với hình ảnh chuyên nghiệp.

Những khó khăn trong ngành:

- ✓ Khách hàng, khó tính và thô lỗ: Với sở thích, nhu cầu, sự kì vọng của khách hàng rất khác nhau, nên người làm trong ngành dịch vụ luôn chịu nhiều áp lực từ chính khách hàng mà họ phục vụ.
- ✓ Thời gian làm việc không ổn định: Với những nhân viên làm trong ngành Nhà hàng - Khách sạn, các ca làm việc được luân phiên, thay đổi và thời gian cũng sớm trễ khác nhau, đòi hỏi người nhân viên phải tự sắp xếp, phải linh hoạt, thích nghi và đáp ứng.
- ✓ Đòi hỏi thể chất và sức khỏe tốt: Những yêu cầu đặc trưng về ca làm việc, thời gian và áp lực đến từ cảm xúc, thể chất ổn định, sức khỏe tốt là điều kiện cần thiết cho một nhân viên để hoàn thành tốt công việc của mình.
- ✓ Yêu cầu về khả năng ngoại ngữ: Khách hàng không chỉ từ địa phương trong nước mà đến từ rất nhiều quốc gia khác nhau. Tiếng Anh hoặc một ngoại ngữ cụ thể là yếu tố cần thiết và điều kiện giúp người nhân viên tự tin giao tiếp để đáp ứng nhu cầu của khách hàng.

Bên cạnh những thuận lợi sẵn có, thì những bất lợi cũng là thách thức thú vị, cơ hội để người nhân viên cải thiện và là động lực để phát triển bản thân.

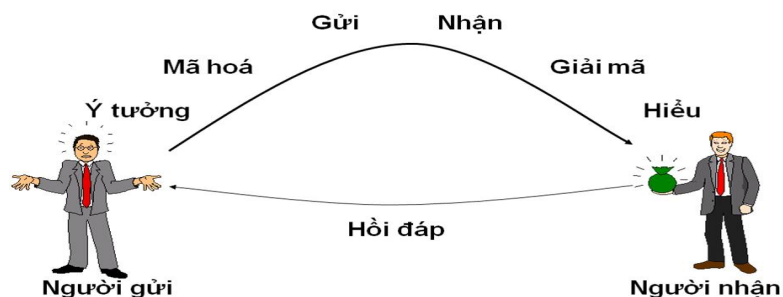
1.3. Định nghĩa về giao tiếp

Giao tiếp là quá trình chuyển thông tin từ người này sang người khác.

Quá trình giao tiếp

Quá trình truyền nhận thông tin từ người gửi đến người nhận có thể mô phỏng như hình dưới đây.

Quá trình giao tiếp



1.4. Vai trò của giao tiếp

- **Giao tiếp là thành tố không thể thiếu** trong cuộc sống hằng ngày, trong công việc. Chúng ta sống đều có sự tương tác qua lại giữa người với người và với các chủ thể khác nhau.
- **Giao tiếp là một cơ hội** tốt cho công việc, giúp nhân viên bán được sản phẩm, giúp phát triển bản thân. Qua sự tương tác với mọi người xung quanh giúp người nhân viên hiểu và khám phá những nội lực tiềm ẩn bên trong, giúp khắc phục những yếu điểm tạo sự thăng tiến trong công việc, được thừa nhận, được tăng lương...
- **Giao tiếp mang lại sự hài lòng** cho chính bản thân và đem lại sự hài lòng cho người khác.

1.5. Lý do cần phải giao tiếp

- Tìm hiểu thông tin
- Cung cấp thông tin
- Thuyết phục người khác
- Thể hiện sự thiện chí

BÀI 2: CÁC HÌNH THỨC GIAO TIẾP

MỤC TIÊU

Sau khi học xong bài này, học viên có thể:

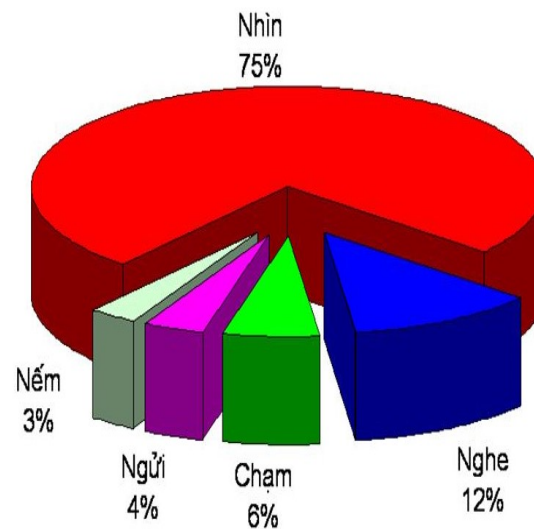
- Liệt kê được tên gọi các hình thức giao tiếp
- Tìm ra được biện pháp và nguyên tắc để khắc phục những trở ngại trong giao tiếp.
- Ý thức được vai trò của cá nhân trong việc xây dựng hình ảnh người nhân viên chuyên nghiệp.

NỘI DUNG

2.1. Những trở ngại trong giao tiếp

- Thiếu phản hồi
- Thiếu thiện chí
- Thiếu hiểu biết về đối tác giao tiếp
- Kênh chuyển thông tin không phù hợp
- Thời gian và không gian giao tiếp không phù hợp
- Sự nhận thức khác nhau giữa người gửi và người nhận.

2.2. Biện pháp để khắc phục những trở ngại trong giao tiếp



2.3. Liệt kê hành động giao tiếp hàng ngày

2.4. Các hình thức giao tiếp

2.4.1 Giao tiếp bằng lời

2.4.2 Giao tiếp bằng văn bản

2.4.3 Giao tiếp bằng hình ảnh

2.4.4 Giao tiếp không lời

2.5. Bài tập tình huống thể hiện các hình thức giao tiếp

2.6. Những lưu ý trong giao tiếp

2.6. 1 Giao tiếp bằng lời

- Chú ý lắng nghe
- Suy nghĩ kỹ trước khi nói
- Thận trọng khi trao đổi những vấn đề riêng tư nơi công cộng

2.6. 2 Giao tiếp bằng văn bản

- COURTESY (Lịch sự)
- CONCISENESS (Ngắn gọn, súc tích)
- CONCRETENESS (Cụ thể)
- CORRECTNESS (Chính xác)
- CLARITY (Rõ ràng)
- CONSIDERATION (Cân nhắc)
- COMPLETENESS (Đầy đủ)

2.6. 3 Giao tiếp bằng hình ảnh

- Làm quen với những hình ảnh, biểu tượng
- Hình ảnh trưng bày phải rõ nét, bắt mắt, đặt ở những nơi dễ nhìn thấy
- Hình ảnh thể hiện rõ nội dung cần chuyển tải

2.6.4 Giao tiếp không lời

Người nhân viên cần hết sức lưu ý khi sử dụng giao tiếp không lời.

BÀI 3: GIAO TIẾP KHÔNG LỜI

MỤC TIÊU

Sau khi học xong bài này, học viên có thể:

- Xác định được các yếu tố ảnh hưởng đến giao tiếp không lời
- Thực hiện được các chi tiết giao tiếp không lời nhằm tạo ấn tượng tốt.
- Giải thích hình ảnh chuyên nghiệp của người nhân viên trong ngành nghề tương lai.

NỘI DUNG

3.1. Các yếu tố ảnh hưởng đến giao tiếp không lời

3.1. 1 DIỆN MẠO CÁ NHÂN

3.1. 2 NGÔN NGỮ HÌNH THỂ

3.1. 3 ÂM THANH

3.1.1 Ảnh hưởng của diện mạo cá nhân

Diện mạo cá nhân và cảnh sống xung quanh có thể mang lại những ý nghĩa không lời làm ảnh hưởng đến **thái độ & cảm xúc** của người khác.

Đâu là yếu tố ảnh hưởng đến diện mạo cá nhân?

Vệ sinh cá nhân: giữ vệ sinh cá nhân, không để móng tay dài, đặc biệt lưu ý đến mùi cơ thể và mùi hơi thở.

Mùi hương có thể tác động tới hiệu quả làm việc của não. Mùi hương yêu thích có thể làm cho não chúng ta hưng phấn, làm việc tốt hơn. Ngược lại, một mùi khó chịu nếu tỏa ra từ một người sẽ khiến những những đối tượng giao tiếp đánh giá không tốt, thậm chí là xa lánh ta. Khi dùng nước hoa cũng phải lưu ý chọn mùi hương phù hợp.

Trang phục tươm tất, phù hợp với công việc và theo đúng quy định ở nơi công sở (nếu có).

Thông qua trang phục, chúng ta biết được địa vị xã hội, khả năng kinh tế, và chuẩn mực đạo đức cũng như thẩm mỹ cá nhân của từng người. Nếu trang phục không phù hợp thì sẽ tạo sự khó chịu và mất tự tin cho chính người nói.

Khi chọn trang phục phù hợp sẽ bày tỏ sự tôn trọng người khác và cũng là để tạo sự tôn trọng cho chính mình.

Một nguyên tắc nữa vô cùng quan trọng mà chúng ta không thể bỏ qua, đó là: kiểm tra trang phục. Trước khi gặp gỡ giao tiếp với đối tác nên xem lại mái tóc, chỉnh trang từ trên xuống dưới, đằng trước đằng sau. Cần thận không bao giờ thừa, không ai dám chắc là một bề ngoài hoàn hảo khi ta bước ra khỏi nhà lại được giữ nguyên cho tới giờ giao tiếp. Sơ xuất có thể xảy ra bất cứ lúc nào. Hãy luôn luôn nhớ rằng: ***Không có cơ hội thứ hai để gây lại ấn tượng ban đầu.*** Hãy chuẩn bị để tự tin và gây ấn tượng tốt nhất.

Trang sức: một đồng hồ và nhẫn trơn kiểu đơn giản

Trang điểm: nữ nên trang điểm nhẹ để tạo nét tươi tắn cho gương mặt

Mái tóc: giữ mái tóc luôn gọn gàng, nam không để râu

Khu vực phục vụ khách hoặc nơi làm việc cần sắp xếp gọn gàng, ngăn nắp.

Hãy luôn chỉnh đốn diện mạo cá nhân trước khi vào ca làm việc.

3.1.2 Ngôn ngữ hình thể

▪ Nét mặt

Khi giao tiếp không yêu cầu chúng ta phải xinh đẹp hoặc ngoại hình hoàn hảo như diễn viên, nhưng bề ngoài nhìn vào phải gây được thiện cảm. Chúng ta nên giữ cho mình khuôn mặt thoải mái, thân thiện và tươi cười. Nhưng quan trọng nhất của khuôn mặt là biểu cảm. Trong một cuộc giao tiếp, chúng ta không chỉ thể hiện một chất giọng hay một nét mặt, với nội dung diễn đạt khác nhau sự biểu cảm của khuôn mặt cũng phải khác nhau. Khuôn mặt ta phải thay đổi được theo nội dung thông điệp cần chuyển tải. Thường trong các hội nghị, hội thảo hay các buổi họp, nét mặt cần nghiêm túc, tuy nhiên sẽ chẳng vấn đề gì nếu ta thêm một câu nói hài hước tạo sự thoải mái. Mặt căng thẳng, giọng nói sẽ căng thẳng, mặt thoải mái tự nhiên, giọng nói sẽ vui tươi thoải mái. Với khách hàng, ai cũng mong muốn nhìn thấy một nét mặt tươi cười, thân thiện khi giao tiếp.



▪ **Hương nhìn & Ánh mắt**

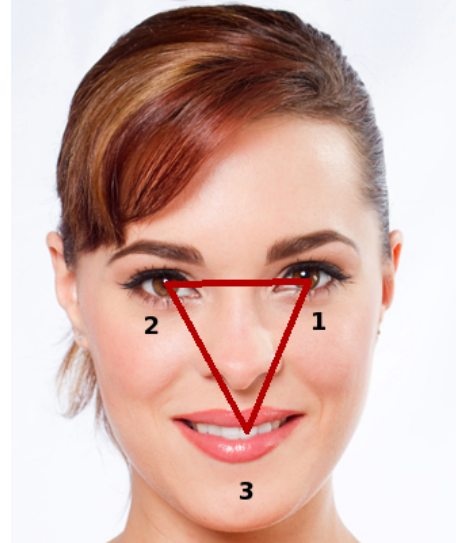
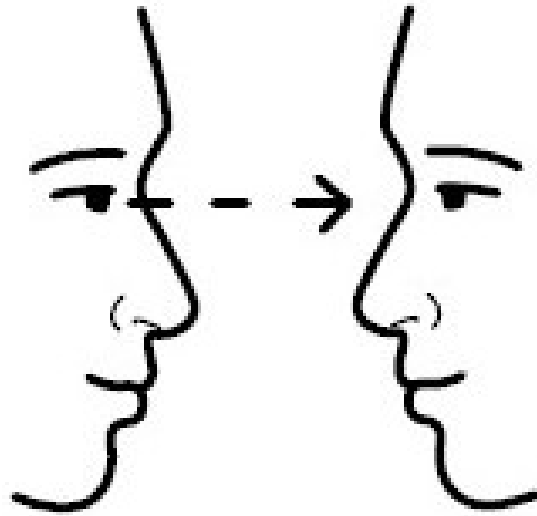
Trong giao tiếp, hương nhìn và ánh mắt thể hiện sự tôn trọng và lịch sự. Một hương nhìn và ánh mắt không phù hợp sẽ khiến cho đối tượng giao tiếp không thoải mái, thiếu thiện cảm từ đó dẫn đến việc giao tiếp không thành công. Một hương nhìn và ánh mắt soi mói, dò xét với người khác là điều mà chúng ta nên tránh. Giữ ánh mắt trong vùng từ hai chân mày đến cằm trên gương mặt theo nguyên tắc “Hình tam giác” (Triangle technique) trong lần xã giao đầu tiên sẽ giúp chúng ta tạo thiện cảm với người đối diện.

Ánh mắt biểu hiện rất nhiều cảm xúc, suy nghĩ khác nhau của từng người. Trong giao tiếp hay thuyết trình thì mắt lại càng vô cùng quan trọng. Theo thống kê, mắt ta thu nhận đến 75% lượng thông tin hàng ngày.

Ánh mắt của người chuyển thông điệp có ảnh hưởng lớn tới tâm trạng, thái độ người nghe. Quan sát ánh mắt đối tác khi giao tiếp sẽ giúp chúng ta biết được sự chú tâm của họ cũng như đo lường được mức độ thành công của cuộc giao tiếp để kịp thời điều chỉnh phù hợp. Nếu đang nói những nội dung cốt lõi nhưng quan sát thấy người nghe không chú tâm, mắt nhìn đi chỗ khác hoặc bắt đầu nói chuyện riêng thì nếu cần ta điều chỉnh ngay nội dung, âm lượng hoặc giọng nói vì có thể vấn đề chúng ta đang đề cập người nghe không hứng thú.

Khích lệ, tạo niềm tin, đồng cảm với người khác bằng ánh mắt, trấn áp, đe dọa người khác cũng bằng ánh mắt.

Cũng giống như giọng nói, dáng điệu, mắt cũng phải có điểm dừng khi giao tiếp. Ta nên dừng mắt một lần và điểm dừng sẽ là nơi gương mặt hoặc ánh mắt của người đối diện sau kết thúc một câu nói.



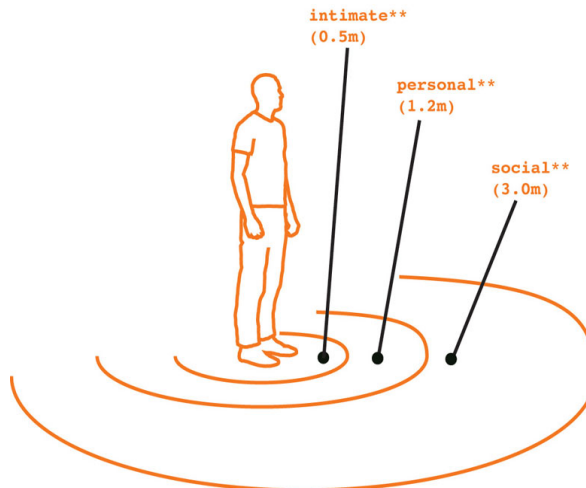
▪ Nụ cười

Ông Bà xưa có câu: “Đôi mắt biết cười-Nụ cười biết nói” hay “Một nụ cười bằng mười thang thuốc bổ” ngụ ý nói về tác dụng tuyệt vời của nụ cười không chỉ trong giao tiếp mà còn đối với sức khỏe. Ai cũng biết, nụ cười sẽ khiến tâm trạng vui vẻ sáng khoái, nhưng ngoài ra nó còn đem lại nhiều lợi ích khác cho sức khỏe mà ít người biết đến. Cười là liều thuốc giảm đau tự nhiên tốt nhất. Khi cười, các cơ vùng mắt, vùng má và cơ vùng xung quanh miệng sẽ căng lên, khiến khuôn mặt bừng sáng, tươi trẻ hơn. Cuộc sống luôn ẩn chứa những tình huống ngoài tầm kiểm soát của chúng ta, những sự cố không mong đợi, những bất trắc đột ngột ập tới luôn khiến chúng ta bối rối và nản lòng. Nụ cười là giải pháp nhanh chóng và hiệu quả giúp chúng ta giảm bớt căng thẳng, giúp ta giải quyết những tình huống khó khăn một cách nhẹ nhàng hơn. Người nhân viên hãy thể hiện sự tự tin qua ánh mắt và nụ cười, mỉm cười khi lần đầu gặp khách hàng để tạo sự thân thiện.

▪ Khoảng cách

Trong giao tiếp, khoảng cách thể hiện mối quan hệ khác nhau giữa các đối tượng giao tiếp. Với mỗi mối quan hệ khác nhau, người ta có xu hướng chọn khoảng cách khác nhau. Khoảng cách giữa hai người thể hiện:

- Sự tôn trọng không gian cá nhân
- Mức độ thân thiết
- Cấp bậc trên dưới



- ✓ Thân mật: < 50 cm
- ✓ Cá nhân: khoảng 1.2m
- ✓ Xã giao: 3m

Cần điều chỉnh khoảng cách phù hợp để đối tượng giao tiếp luôn cảm thấy thoải mái nhất trong giao tiếp.

Nhưng trên thực tế, khoảng cách được định lượng chủ yếu dựa trên cái bắt tay khi xã giao. Trong quan hệ xã giao, hai người đứng cách xa nhau vừa đủ một tầm tay bắt. Khoảng cách đó mang lại một không gian vừa đủ thoải mái cho mỗi người giao tiếp, khi vung tay không chạm phải nhau. Còn khi ta đứng nói ở nơi công cộng, tùy thuộc vào đám đông mà ta chọn cho mình khoảng cách phù hợp.

▪ Chạm bằng tay

- Động chạm trong giao tiếp trực tiếp giữa người nói và người nghe chủ yếu thông qua cái bắt tay. Bắt tay bày tỏ sự thân thiện, nồng nhiệt, qua đó mối quan hệ giữa hai người sẽ gần gũi hơn. Bắt tay là phép lịch sự tối thiểu.

- Giao tiếp bằng mắt và nói lời chào hỏi
- Hơi hướng người về phía trước
- Bàn tay phải ngửa góc 40-45 độ để thể hiện sự lịch sự & tôn trọng
- Hai lòng bàn tay sát lại để tạo sự thân thiện, chân thành
- Giữ chặt bàn tay trong vòng 2-3 giây; lắc nhẹ từ 2-3 cái



- Chúng ta thường hay thấy “tay chân thừa thãi”, nhiều người không biết giấu tay vào đâu. Đó là do chúng ta chưa biết cách sử dụng đôi tay thế nào cho hợp lý. Thực tế nếu ta biết cách sử dụng, bàn tay sẽ là “vũ khí” lợi hại trong giao tiếp vì nó giúp hỗ trợ cho lời nói. Hơn nữa khi giao tiếp với đôi tay, trọng tâm cơ thể sẽ hướng về phía trước, dáng của chúng ta sẽ có xu thế hướng về phía người nghe bày tỏ sự thân thiện.

- Nguyên tắc trong giao tiếp là phải luôn để tay trong khoảng từ trên thắt lưng tới dưới cằm. Nếu chúng ta vung tay cao quá, tay sẽ che mắt mặt, làm cho âm thanh ta phát ra không rõ. Nếu tay vung thấp quá, những người ngồi xa sẽ không nhìn thấy. Để tay trong khoảng từ thắt lưng tới dưới cằm chúng ta sẽ vung thoải mái nhất, thuận lợi nhất trong giao tiếp và trông cũng tự nhiên nhất. Khi đôi tay vung, luôn nhớ rằng vung “trong ra, dưới lên” - có nghĩa là đưa tay hướng từ trong ra

ngoài, và hướng từ dưới lên (giống như chúng ta đang bung một chiếc khay khi đi bán hàng vậy, luôn nâng niu tôn trọng khách hàng).

Chú ý luôn ngửa lòng bàn tay và các ngón tay khép lại. Lòng bàn tay ngửa bày tỏ sự mong đợi, thu thập ý kiến. Các ngón tay khép bày tỏ sự nghiêm túc, ngón tay mở mang lại cảm giác thiếu sinh lực, thiếu nhiệt tình, cảm giác chúng ta đang vơ vét, cào cấu cái gì đó từ bên ngoài vào. Trong quá trình giao tiếp, chúng ta cũng nên chú ý liên tục đổi tay tạo sự khác biệt.

Một số điều nên tránh khi sử dụng tay trong giao tiếp:

Khoanh tay: tạo sự xa cách, phòng thủ. Tâm lý học phân tích rằng con người luôn có xu hướng tự bảo vệ mình với các tác động xấu bên ngoài. Trẻ con thường xuyên núp sau váy mẹ mỗi khi sợ hãi. Lớn lên, hành động “núp” đó của nó biến đổi thành động tác khoanh tay: tự tạo rào cản một cách vô hình cho mình. Một người khoanh tay nghĩa là họ chưa cởi mở, đang dò xét.

Cho tay vào túi quần: Mang lại cảm giác kهن kiêu, thiếu hoà nhập.

Trở tay: Không ai thích bị trở tay vào mặt vì vậy khi giao tiếp chúng ta cũng không nên chỉ tay vào người đối diện.

Cầm bút hay que chỉ: Nên tránh vì khi cầm bút trên tay, bàn tay của ta sẽ không thể vung linh hoạt tự nhiên được. Hơn nữa, cầm đồ vật trên tay ta cũng sẽ rất dễ vung nó theo đà tay vung.

Tay là bộ phận linh hoạt nhất, thể hiện nhiều thông điệp vô hình nhất, do đó, các động tác về tay phải được tập rất kỹ. Trong nền văn hoá Á đông chúng ta, khi nói ít vung tay. Nếu vung tay nhiều thường bị coi là không khiêm tốn, không lễ phép. Tuy nhiên, ngày nay khi hội nhập quốc tế, chúng ta cũng phải thay đổi cho phù hợp với xu hướng giao tiếp quốc tế.

Sử dụng phi ngôn từ, tay còn giúp diễn giả diễn tả cảm xúc nội tâm một cách dễ dàng, giúp điều tiết giọng nói được sắc nét rõ ràng. Với những đoạn văn cần nhấn câu, dùng ý ta vung tay dứt khoát. Tay chắc chắn giọng chắc chắn, tay lỏng lẻo giọng lỏng lẻo.

- **Cử chỉ**

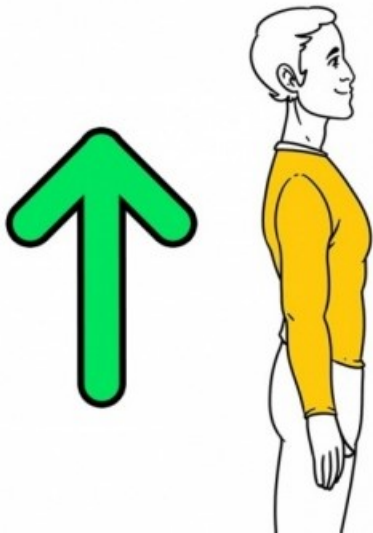
Khi phải hướng dẫn, chỉ đường cho khách thì chúng ta nên:

- Mở rộng bàn tay phải tạo góc 45 độ
- Hướng tay và ánh mắt về nơi khách cần đến.

Tránh: dùng ngón trỏ, bàn tay trái.

- **Tư thế, dáng dấp**

- Đầu hướng thẳng về phía trước
- Vai cân, kéo về phía sau
- Tay buông thõng nhẹ nhàng hai bên thân người
- Chân rộng ngang vai, bàn chân tạo dáng hình chữ V



Hai mươi giây đầu tiên khi gặp mặt, chúng ta gây ấn tượng với người nghe bằng hình ảnh ta xuất hiện. Đứng từ xa thì chỉ nhìn thấy dáng, do đó dáng điệu, cử chỉ là cái thu hút đầu tiên và là yếu tố đầu tiên để thính gioidi tượng đánh giá về ta. Dáng điệu chững chạc, đàng hoàng, lịch sự thì tạo sự kính trọng tự nhiên, còn ngược lại sẽ gây ác cảm.

Dáng đứng là một hình thức của ngôn ngữ của cơ thể. Thông thường bản năng con người khi sợ hãi sẽ tìm chỗ dựa, động tác thường xuyên hay gặp nhất của người giao tiếp là tựa vào bàn hoặc một vật. Nhưng xương sống mới là cái đỡ cơ thể. Tựa vào bàn, tưởng thoải mái nhưng thực ra rất mỏi và còn làm gò ép các cơ

quan phát âm khiến giọng nói không mạnh mẽ, vang xa. Và khi mỗi, chúng ta hay có khuynh hướng đứng khụy trên 1 chân mà như vậy thì lại càng mất thế và mỗi hơn nữa. Khi cần nói để thuyết phục người khác thì dáng phải vững chãi, năng động. Điều quan trọng nhất của dáng đứng trong giao tiếp là qua đó thể hiện được sự năng động và nhiệt tình của người thuyết trình.

Nên tránh: Đứng khoanh tay trước ngực, cho tay vào túi quần, chống nạnh.

- Chuyển động cơ thể:

Người xưa có câu: “Bước chân thành thịch cú đầu - Bôn ba đây đó, dãi dầu nắng mưa” ngụ ý nói về dáng dấp của cơ thể con người khi di chuyển.

Khi chuyển động thân người, người nhân viên cần lưu ý nên có điểm để ánh mắt hướng đến, đầu giữ thẳng, tay vung nhẹ theo bước chân (có thể cầm giữ 1 cây bút hay quyển sổ tay), sải bước chân vừa phải, khoan thai nhưng nhanh nhẹn để thể hiện sự chuyên nghiệp.

3.1.3 Ý nghĩa của âm thanh

Cao độ, tốc độ nói và âm lượng của giọng nói có thể chuyển tải những ý nghĩa khác nhau.

- Đảm bảo tốc độ, âm lượng nói vừa phải, nên theo dõi phản ứng của khách hàng để điều chỉnh phù hợp.
- Ngữ điệu vừa phải, thể hiện được sự vui vẻ, nhiệt tình.

- **Giọng nói:** thể hiện nhiều điểm tính cách của người chuyển thông điệp. Qua giọng nói ta cũng có thể nhận biết được tuổi tác, quê quán. Giọng nói cũng thể hiện trình độ học vấn, sự nhiệt tình, thân thiện của đối tượng giao tiếp.

- **Âm lượng:** Giọng nói cần phải rõ ràng, đủ nghe. Giọng nói dù to hay nhỏ đều phải có sinh lực, có khí lực mới có sức thuyết phục. Có như vậy giọng nói ta mới có sinh lực để thuyết phục được người nghe. Thêm vào đó là độ cao thấp, trầm bổng trong khi nói. Giọng nói của ta cũng giống như một nhạc cụ và cuộc giao tiếp là một bản nhạc. Ta chơi bản nhạc đó hay, thính giả sẽ chăm chú lắng nghe, vỗ tay

tán thưởng. Nếu bản nhạc của ta đều đều, họ sẽ ngủ gật, bất luận là vấn đề ta nói quan trọng đến đâu.

- **Phát âm:** Âm vực phải chuẩn, tròn vành rõ chữ, không méo tiếng hay nuốt chữ, không nhầm lẫn giữa các âm.

- **Cao độ:** Giọng nói phải có lúc cao, lúc thấp, lúc đẩy, lúc kéo. Vậy muốn nói to, nói vang, nói cả ngày không biết mệt, ta phải phát âm như thế nào? Nếu phát âm trong cổ họng, ta dễ bị bệnh do luồng hơi đi qua cổ họng làm tổn thương họng và dây thanh quản. Nếu phát âm ở cửa miệng (mà các cụ vẫn gọi là nói ở đầu môi chót lưỡi) giống như hát chèo, thì không thể nói to, vang được. Vùng phát âm đúng nhất là ở trong “vòm cộng minh”- vùng giữa khoang miệng có cấu trúc giống như cái vòm hang động.

- **Chất lượng:** Theo nguyên lý phát âm, luồng hơi từ trong phổi đi ra chạm vào dây thanh quản phát ra các nguyên âm. Các nguyên âm này kết hợp với các phụ âm do hình dạng của lưỡi, môi, răng...tạo ra thành âm nói. Âm này cộng hưởng trong khoang miệng rồi bắn ra ngoài. Như vậy, muốn phát âm to, rõ ràng thì âm phải nổ trong khoang miệng, trong vòm cộng minh. Cũng giống như khi chúng ta hét trong hang động, ta thấy tiếng vọng âm, vang, rền. Muốn nói to, rõ, âm mạnh mẽ, tiếng phải được phát ra từ giữa khoang miệng.

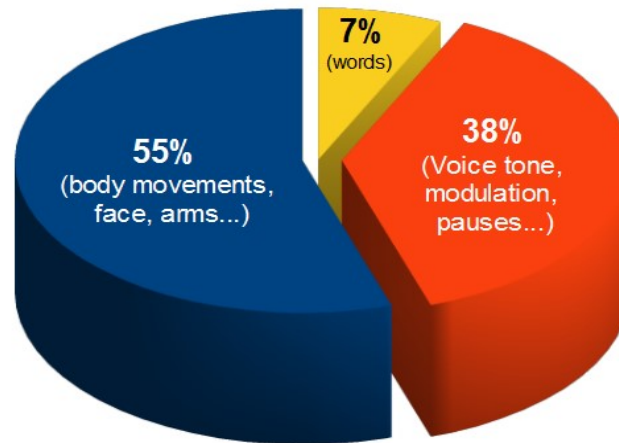
- **Tốc độ:** Trong khi giao tiếp, tốc độ nói hoàn toàn phụ thuộc vào người nghe. Với đối tượng cao tuổi cần nói chậm, nhẹ nhàng nhưng khi giao tiếp với một đám đông trước hội trường toàn thanh niên cần nói hào hùng, hoành tráng mới thuyết phục. Vì vậy khi giao tiếp phải luôn quan sát và đo được phản ứng của người nghe với cách trình bày của ta để điều chỉnh cho phù hợp. Tóm lại, tốc độ nói cần điều chỉnh theo biểu hiện, phản ứng của người nghe. Cũng như khi rót nước, với cái cốc to, ta rót khác, với cốc nhỏ, ta rót khác. Quan trọng nhất của người nói khi giao tiếp là phải phù hợp với nội dung, hoàn cảnh và đối tượng.

- **Điểm dừng:** Văn nói khác văn viết, với văn viết, chúng ta có thể đọc đoạn trên, đoạn dưới, xem dấu phẩy, dấu chấm câu để hiểu người viết định nói gì. Nhưng

với văn nói, cùng một câu nhưng cách ngắt câu khác nhau có thể dẫn đến cách hiểu khác nhau.

- **Điểm nhấn:** Có hai loại nhấn mạnh. Loại thứ nhất là trường độ nghĩa là kéo dài âm lượng ra. Loại thứ hai là cường độ nghĩa là tập trung năng lượng vào một từ ngữ nào đó một cách mạnh mẽ dứt khoát.

- **Phân nhịp:** Trong một bản nhạc có những khi phải dừng lại một nhịp, có những khi phải dồn dập, lại có lúc nhịp nhàng khoan thai. Quan trọng nhất là khi nói ta phải nhấn mạnh vào những từ chốt nhất trong một câu, hoặc những câu chốt nhất trong một đoạn. Điều đó sẽ giúp người nghe dễ dàng hình dung và bắt ý hơn.



Lời nói bao gồm 3 yếu tố: ngôn từ, ngôn ngữ cơ thể và giọng điệu
(Albert Mehrabian)

IM LẶNG LÀ GÌ?

- Sự im lặng có thể sẽ bị hiểu lầm và làm người khác khó chịu...

3.4. Bài tập tổng hợp

Giao tiếp dường như là sự tổng hợp của các hình thức giao tiếp khác nhau tùy từng hoàn cảnh, đối tượng và môi trường giao tiếp.

BÀI 4: DỊCH VỤ KHÁCH HÀNG

MỤC TIÊU

Sau khi học xong bài này, học viên có thể:

- Xác định được tầm quan trọng của dịch vụ khách hàng
- Nhận định được vai trò và vị trí của người nhân viên chăm sóc khách hàng
- Thể hiện thái độ thân thiện và chuyên nghiệp nhằm mang đến dịch vụ khách hàng chu đáo.

NỘI DUNG

4.1. Khái niệm về khách hàng

- Khách hàng bên ngoài: là tất cả những người khách đã, đang và sẽ sử dụng sản phẩm, dịch vụ của chúng ta.
- Khách hàng bên trong: là những người quản lý và đồng nghiệp đang cùng làm việc với chúng ta.

4.2. Định nghĩa về dịch vụ khách hàng

- Dịch vụ khách hàng là cung cấp dịch vụ cho khách trước, trong và sau khi khách mua hoặc sử dụng sản phẩm, dịch vụ.
- Dịch vụ khách hàng là cung cấp cho khách hàng một hướng đề nghị, một câu trả lời thỏa đáng khiến họ hài lòng trong khi vẫn phải bảo vệ giá trị và đạo đức của cá nhân.

4.3. Mô tả dịch vụ khách hàng

Dịch vụ khách hàng được mô tả cụ thể qua sự chuyên nghiệp về diện mạo và tác phong của người nhân viên; là nét mặt tươi cười thân thiện, sự giúp đỡ, sự lắng nghe, kiến thức, tính hiệu quả trong công việc, tính đa nhiệm của người nhân viên, sự quan tâm, thấu hiểu để làm khách hàng hài lòng.

4.4. Tìm hiểu suy nghĩ của khách về dịch vụ khách hàng

Khách hàng mong muốn được đáp ứng:

- Nhớ và sử dụng tên của khách hàng

- Phục vụ đúng những gì khách hàng mong muốn
- Phục vụ đúng những gì khách hàng mong muốn một cách nhanh chóng.
- Quan tâm, theo dõi sự hài lòng của khách hàng.

4.5. Tầm quan trọng của dịch vụ khách hàng

Khách hàng sẽ nhớ mãi dịch vụ của bạn xuất sắc đến mức nào hay tệ ra sao. Tất nhiên, bạn sẽ không hề muốn họ giữ ấn tượng về bạn là nhà cung cấp dịch vụ tồi. Khách hàng không chỉ đánh giá sản phẩm mà họ còn nói chuyện và làm việc cùng những người được coi là đại diện của doanh nghiệp, đem sản phẩm của doanh nghiệp đến với họ. Nếu người đại diện này không làm tốt vai trò của mình, khách hàng sẽ không hài lòng và giữ ác cảm với công ty. Lúc này, bạn đã mất đi một khách hàng thân thiết và rất có thể là những người xung quanh họ cũng sẽ không tiêu dùng sản phẩm của bạn.

Nếu bạn chăm sóc khách hàng tận tình và thể hiện mình cực kỳ chuyên nghiệp, khách hàng sẽ có xu hướng nghĩ rằng sản phẩm của bạn cũng có giá trị tương xứng với cung cách phục vụ. Ngược lại, trong trường hợp bạn khiến khách hàng không hài lòng, họ sẽ nghĩ bạn cung cấp sản phẩm tồi và sẽ từ chối việc mua hàng. Liệu bạn có chấp nhận mua hàng ở nơi có dịch vụ khách hàng kém hay không? Tất nhiên, câu trả lời là không.

Dịch vụ khách hàng không chỉ có tác động tới quan niệm của khách hàng về dịch vụ mà còn ảnh hưởng tới suy nghĩ của họ về sự phục vụ và các dịch vụ khác. Khách hàng sẽ đánh giá sản phẩm dựa trên những gì bạn đối xử với họ. Khi khách hàng cảm thấy khó khăn trong việc kết nối với doanh nghiệp, hoàn trả lại sản phẩm hay không được giải đáp thắc mắc một cách thỏa đáng, họ sẽ nhanh chóng từ bỏ công ty của bạn và tìm đến một nhà cung cấp khác. Khách hàng càng gặp ít khó khăn trong quá trình mua hàng, họ sẽ càng đánh giá cao bạn. Khi chăm sóc khách hàng một cách tận tình, họ có xu hướng tự nguyện để lại phản hồi với tâm thế hài lòng và mong muốn nhiều người biết đến bạn.

Khách hàng không phải lúc nào cũng đúng, khách có thể hiểu lầm và đưa ra những nhận xét có phần thái quá về nhân viên hay về chất lượng sản phẩm, dịch vụ. Tuy nhiên, thay vì nói với khách hàng rằng họ đã sai, hãy bình tĩnh giải thích. Thay vì nói: “Bạn sai rồi”, bạn hãy thử bằng cách: “Tôi xin lỗi, nhưng...” sẽ hiệu quả hơn rất nhiều. Không bao giờ tranh cãi với khách hàng. Nổi nóng và khăng khăng giành phần đúng về phía mình thể hiện sự thiếu chuyên nghiệp của bạn. Khi khách hàng gặp khúc mắc, hãy nhẹ nhàng tháo gỡ từng nút thắt một cách đầy thiện chí.

Hãy nhớ, khi bạn có sản phẩm và dịch vụ tốt, khách hàng dĩ nhiên sẽ đánh giá bạn có dịch vụ khách hàng tốt. Không có khách hàng, bạn sẽ không thể bán được sản phẩm hay cung cấp dịch vụ. Không có lợi nhuận thu lại từ khách hàng, bạn sẽ chẳng thể nào trả được các chi phí phát sinh. Khi bạn không có khả năng chi trả, lẽ tất nhiên bạn sẽ phá sản.

Chăm sóc khách hàng tận tâm là một cách hiệu quả để giữ chân người khách hiện tại và thu hút thêm nhiều khách hàng mới.

4.6. Làm thế nào để cung cấp dịch vụ khách hàng tốt

4.6.1 Sử dụng ngôn từ phù hợp:

Chú ý giao tiếp bằng lời, nên sử dụng những cụm từ lịch sự: vui lòng, làm ơn, xin lỗi, vâng tôi hiểu... thường xuyên khi giao tiếp với khách.

4.6.2 Ngôn ngữ hình thể đúng

- Luôn để ý
- Tư thế thẳng
- Giữ ánh mắt tốt
- Luôn có nụ cười
- Không nhai kẹo cao su
- Không đút tay vào túi
- Không khoanh tay, chống nạnh...

4.6. 3 Gương mặt đúng

- Mỉm cười khi gặp khách lần đầu
- Luôn biểu hiện sự quan tâm
- Đồng cảm nếu khách có vấn đề cần giải quyết
- Không cau mày hay trợn mắt
- Không lơ đãng khi đang giao tiếp với khách...

4.6. 4 Yêu cầu trợ giúp: nếu không thực hiện được yêu cầu của khách!

Để cung cấp dịch vụ khách hàng tốt, người nhân viên cần lưu ý:

Posture (tư thế)

Listening/ looking (lắng nghe/ giao tiếp bằng ánh mắt)

Expressions (biểu cảm gương mặt)

Appearance (diện mạo cá nhân)

Smile & speech (nụ cười và lời nói)

Eagerness (sự háo hức)

4.7. Định vị vị trí của nhân viên phục vụ

4.7.1 Hình ảnh của người nhân viên phục vụ: hình ảnh của Đại sứ trung tâm thành phố Berkeley

4.7.2 Tác phong của người nhân viên phục vụ:

“We are Ladies and Gentlemen serving Ladies and Gentlemen”

Phương châm hoạt động của Khách Sạn The Ritz-Carlton (thuộc Tập đoàn Khách Sạn 5 sao Marriot). Khách hàng của tôi là tất cả mọi người, kể cả chính tôi ở trong gương! Nếu chúng ta chấp nhận và thích hình ảnh của một người tươi cười, thân thiện ở trong gương thì khách hàng cũng sẽ thích người nhân viên như vậy.

4.7.4 Những chia sẻ để thay đổi suy nghĩ bản thân



Hãy nhớ:

- Khách hàng có thể tha thứ cho chúng ta những lỗi lầm nhưng sẽ chẳng tha thứ nếu **thái độ** chúng ta không tốt.
- Khách sẽ truyền miệng nếu không được đối xử tốt và sẽ sử dụng dịch vụ hoặc mua sản phẩm ở nơi khác.

“If people LIKE you they will see the BEST in you. If they don’t, they tend to see the WORST” - Nicholas Boothman.

(Nicholas Boothman, một thuyết gia người Mỹ nổi tiếng đã nói trong quyển sách “Làm sao để người khác thích mình trong vòng 90 giây hoặc ít hơn - *How to Make People Like You in 90 Seconds or Less.*)

Hãy đối xử với khách hàng của mình theo cách:

WELCOMING THEM (chào đón khách)

USING THEIR NAMES (sử dụng tên của khách)

TAKING CARE OF THEIR NEEDS (quan tâm đến nhu cầu của khách)

THANKING THEM (cảm ơn khách)

INVITING THEM BACK (chào mời khách quay trở lại)

Hãy chọn:

ATTITUDE (Thái độ đúng)

CONSISTENCY (Tính kiên định, nhất quán khi cung cấp dịch vụ)

TEAMWORK (Tinh thần làm việc đồng đội)

BÀI 5: THỂ HIỆN MONG MUỐN PHỤC VỤ KHÁCH

MỤC TIÊU

Sau khi học xong bài này, học viên có thể:

- Xác định được các nguyên tắc chung khi thể hiện một mong muốn
- Thể hiện mong muốn phục vụ người khác
- Cam kết thực hiện mong muốn phục vụ người khác.

NỘI DUNG

5.1. Hoạt động thể hiện mong muốn

Bạn đang có mong ước về một điều gì đó không?

Bạn sẽ làm những gì để đạt được mong ước đó?

5.2. Ý nghĩa của chữ DESIRE

DISCIPLINE (Tính kỷ luật)

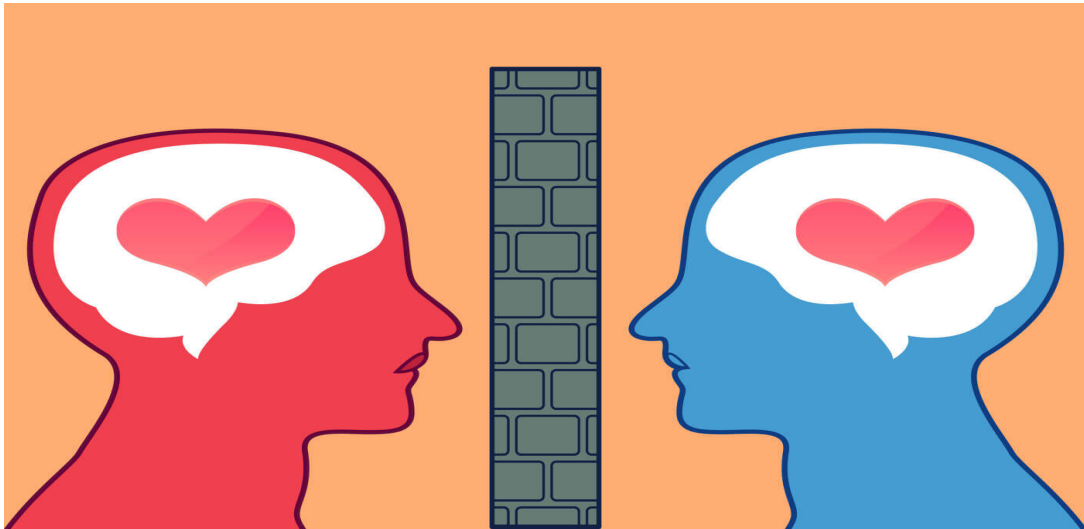
EXPRESSIONS (Biểu lộ)

SINCERITY (Sự chân thành)

INTERACTION (Tính tương tác)

REPEATING (Sự lặp đi lặp lại)

EAGERNESS (Sự háo hức)



Hãy kiểm soát thái độ của mình bằng bài tập kiểm soát hơi thở.

Hãy nhìn những người có thái độ tốt trong cuộc sống của mình như một tấm gương.

Hãy nghĩ về một người có thái độ tốt và viết tên của người ấy xuống giấy.

Hãy liệt kê những tính cách tích cực của người ấy, những tính cách mà bạn nghĩ bạn có thể áp dụng và thể hiện đối với bản thân của mình.

5.3. Cam kết thực hiện phục vụ khách hàng

Mỗi học viên tự viết những điều mình cam kết sẽ thực hiện sau khóa học vào phiếu cam kết nhằm phát triển kỹ năng giao tiếp và chăm sóc khách hàng.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- Allan & Barbara Pease, 2004, THE DEFINITIVE BOOK OF BODY LANGUAGE, Pease International, 386 pages.

- Nicholas Boothman, 2000, HOW TO MAKE PEOPLE LIKE YOU IN 90 SECONDS OR LESS, Workman Publishing – New York, 171 pages.