

CHĂM SÓC KHÁCH HÀNG KIỂU NHẬT - THUẬT NGỮ OMOTENASHI

ThS. Hồ Thị Thuý Nga

MỞ ĐẦU

Khách hàng luôn đồng hành với sự tồn tại và phát triển của mỗi doanh nghiệp nên kỹ năng chăm sóc khách hàng hiệu quả luôn là một trong những yếu tố được các công ty chú trọng. Tuy nhiên đây lại là công việc không hề đơn giản bởi sự đa dạng trong nhu cầu của từng khách, mong đợi trải nghiệm của mỗi khách là thực tế và hoàn toàn khác biệt. Hòa quyện trong nét văn hóa phương Đông, người Nhật với lối sống tinh tế, chăm chỉ, cầu thị và hòa nhã cũng đã tạo ra cho mình phương thức chăm sóc khách hàng có nét đặc trưng riêng, được gọi là Omotenashi.

Nhiều doanh nghiệp trên thế giới và Việt Nam cũng đã ít nhiều áp dụng nghệ thuật này trong kinh doanh nhằm tối ưu hóa sự trải nghiệm phong cách phục vụ kiểu Nhật cho khách hàng đồng thời tối đa hoá sự hài lòng của khách hàng thậm chí vượt xa hơn mong đợi của khách.

NỘI DUNG CHÍNH

Nghệ thuật chăm sóc khách hàng Omotenashi là gì?

Omotenashi được ghép bởi hai chữ Omo- và -nashi, nghĩa là không màng tới hình thức bên ngoài. Điều này có nghĩa rằng Omotenashi xoay quanh hai khái niệm cơ bản là **sự tận tâm** và **lòng hiếu khách**. Cũng giống như những chủ nhà đón tiếp khách của mình bằng sự chu đáo, chân thành, không giả tạo, không ngần ngại, không vụ lợi với niềm tin rằng chỉ có những hành động xuất phát từ trái tim mới là biểu trưng chân thật nhất mà người chủ nhà hướng đến khi trực tiếp phục vụ khách tại điểm.

Người Nhật đã áp dụng kỹ thuật đón tiếp khách với cung cách tôn trọng chân thành, tận tụy và hỗ trợ như thế này từ rất lâu trước đây. Họ chia dịch vụ chăm sóc khách hàng ra làm 5 cấp bậc bao gồm Moral (Có đạo đức) – Good manner (Cư xử lịch sự) – Professional Service (Dịch vụ chuyên nghiệp) – Hospitality (Sự hiếu khách) – Omotenashi (Đỉnh cao của sự phục vụ tôn trọng và từ tận đáy lòng).

Những yếu tố tạo nên phương thức chăm sóc khách hàng kiểu Omotenashi

Dựa trên 3 yếu tố cơ bản dưới đây mà người Nhật đã tạo nên nghệ thuật chăm sóc khách hàng một cách đặc trưng và được công nhận bằng thuật ngữ Omotenashi.

Chuẩn bị phục vụ khách hàng một cách hoàn hảo

Giống như trong nghệ thuật trà đạo của người Nhật, họ có thể dành rất nhiều thời gian, thậm chí nhiều ngày hay cả năm để tìm ra bộ tách phù hợp để thưởng trà, có thể là cho các thành viên trong gia đình, có thể là cho nhóm bạn bè thân hữu hay cũng có thể cho khách quý. Các doanh nghiệp theo đuổi nghệ thuật chăm sóc khách hàng này cũng có những điểm tương đồng. Trước khi đưa ra giải pháp hay sản phẩm phù hợp với khách hàng, doanh nghiệp sẽ dành nhiều thời gian để quan sát, đánh giá nhu cầu và sở thích của khách hàng. Từ đó, đưa ra những giải pháp cụ thể, thiết thực và đạt đến ngưỡng “thượng thừa” cho đến khi khách hàng thực sự hài lòng mới thôi.

Luôn tạo ấn tượng tốt đẹp và thiện cảm với khách hàng

Cuộc gặp mặt và nói chuyện đầu tiên với khách hàng luôn quan trọng và cần được đầu tư để tạo ấn tượng tốt nhất với họ. Người Nhật đã rất kỹ lưỡng khi tính đến

hiệu quả của ấn tượng đầu tiên, bởi vì ấn tượng đầu tiên luôn sâu đậm và in hằn trong tiềm thức và suy nghĩ của các khách hàng trong lần gặp mặt và giao tiếp đầu tiên. Khi có ấn tượng tốt, niềm tin của khách hàng với doanh nghiệp sẽ tăng cao và từ đây, yếu tố rất quan trọng thúc đẩy khách hàng đưa ra quyết định chọn và mua hàng, chốt đơn của mình.

Một trong những yếu tố tạo ấn tượng dễ mà khó đối với bất kỳ ai là giữ nụ cười chân thành khi gặp khách cũng như trong suốt buổi giao tiếp và tư vấn bán hàng. Đây cũng là chìa khóa thành công đòi hỏi bất kỳ người nào khi tham gia cung ứng dịch vụ cũng phải rèn luyện để giúp bản thân chuyên nghiệp hơn khi ở vị trí công việc có tương tác trực tiếp với khách hàng.

Những cử chỉ, hành động từ trái tim

Điều gì xuất phát từ trái tim thì sẽ đến được trái tim. Do đó người áp dụng kỹ năng “Omotenashi” phải thực sự dành toàn tâm, toàn ý khi chăm sóc khách hàng của mình. Sự quan tâm chân thành, sự hỗ trợ kịp thời với thái độ vui vẻ và phong cách tôn trọng, linh hoạt sẽ giúp khách nhận ra sự chuyên nghiệp trong mỗi sản phẩm, hành động, cử chỉ mà người cung ứng dịch vụ thể hiện.

Khi được hưởng những dịch vụ hoàn hảo và vượt ngoài mong đợi của họ, khách hàng sẽ cảm thấy rất hài lòng và sẵn sàng trở thành khách hàng thường xuyên, quay lại sử dụng dịch vụ, mua sắm và giao dịch với doanh nghiệp. Đồng thời, điều này cũng lan tỏa những giá trị tốt đẹp bằng thương hiệu và danh tiếng của doanh nghiệp tới cộng đồng.

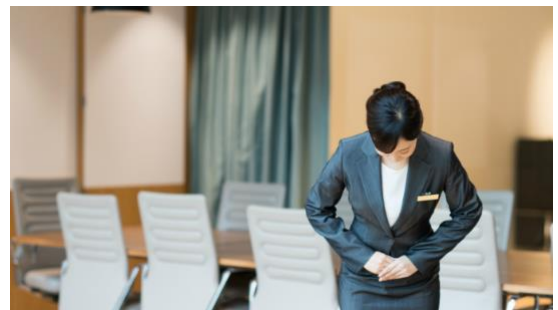
Một số doanh nghiệp đều có slogan riêng cho mình “Dành trọn trái tim khách hàng là nền tảng căn cơ của mọi sự thịnh vượng”.

Đặt chân đến Nhật Bản, du khách sẽ không khỏi ngạc nhiên khi nhìn thấy tài xế taxi chủ động đóng mở cửa, sắp xếp hành lý của khách hàng một cách tử tế; hay hình ảnh đội ngũ phục vụ chuẩn bị tươm tất các bước chào đón ngay khi nhìn thấy khách từ xa. Những cái gật đầu và cúi chào kèm

những lời chào nồng nhiệt, nhất quán trong phát âm, vui vẻ trong âm điệu và chất giọng của nhân viên dù ở cửa hàng tiện lợi hay nhà hàng cao cấp; sự sạch sẽ ở không gian vệ sinh công cộng, sự tôn trọng điều khác biệt ở bất kỳ mọi lúc, mọi nơi, mọi kiểu khách hàng là những điều thường thấy ở Nhật. Tất cả những hành động này được người Nhật gọi là Omotenashi - nghệ thuật chăm sóc khách hàng từ trái tim.

Nói về nguồn gốc của Omotenashi, nhiều người cho rằng, ông tổ của trà đạo Nhật Bản - Sen-no Rikyu là người tạo nên nghệ thuật này. Trong một buổi trà đạo, mọi trải nghiệm đều được xem là "ichigo ichie", nghĩa là "nhất kỳ nhất hội", ý nói mỗi khoảnh khắc chỉ xảy ra một lần trong đời, vì vậy, người Nhật phải hết lòng chân thành tiếp đãi khách quý khi có cơ hội gặp mặt.

Vì sự chân thành hiếu khách đó mà một buổi trà đạo có thể mất đến một năm chuẩn bị. Chủ nhà sẽ chọn đúng loại hoa, bộ ấm chén pha trà, bức tranh treo tường, bánh kẹo phù hợp nhất với khẩu vị, sở thích của khách và hợp với vị trà khi thưởng thức nhằm đảm bảo trải nghiệm "ichigo ichie". Từ sự tỉ mỉ, tận tâm, chân thành ăn sâu vào tiềm thức của người Nhật Bản nên nghệ thuật phục vụ Omotenashi ngày càng trở nên phổ biến rộng rãi và mang thương hiệu đặc trưng riêng có của người Nhật.



Hình 1. Nghệ thuật Omotenashi từ lâu đã trở thành chuẩn mực phục vụ với người Nhật.

Ảnh: Vito

Không chỉ trở thành một trong những nét văn hóa của người Nhật, Omotenashi được

coi là "chìa khóa" thành công của những doanh nghiệp hàng trăm năm tuổi. Một số công ty nổi tiếng áp dụng thành công tinh thần Omotenashi như Toyota - doanh nghiệp đứng đầu về mức độ hài lòng của khách hàng trong hàng chục năm liên tiếp.

Trong bài phát biểu vận động đăng cai thể vận hội 2020, bà Christel Takigawa - Đại sứ của Thế vận hội Tokyo 2020 nhắc đến nghệ thuật Omotenashi như là một điểm khác biệt tạo sự thành công của người Nhật. Sự kiện này góp phần lan tỏa nghệ thuật Omotenashi đến rộng khắp thế giới.

Hiện nay, nhiều thương hiệu nổi tiếng tại Việt Nam cũng áp dụng nghệ thuật này trong vận hành và đạt được những thành công nhất định như Aeon Mall, chuỗi resort Amanoi, chuỗi nhà hàng Gyu Shige bán thịt bò wagu nổi tiếng của Nhật, nhà hàng lẩu băng chuyền Kichi-kichi...Thậm chí trong lĩnh vực bất động sản, nghệ thuật Omotenashi cũng đang là yếu tố thu hút khách hàng của một số dự án tiêu biểu như Swan Lake - Ecopark (Hưng Yên) hay tổ hợp căn hộ khoáng nóng Shizen Home (quận 7, TP HCM).



Hình 2. Shizen Home mang nghệ thuật phục vụ Omotenashi của Nhật Bản về TP HCM.

Ảnh: Gotec Land

Các doanh nghiệp Nhật tại Việt Nam luôn thể hiện văn hóa Omotenashi đối với khách hàng của họ. Đó là điều chúng ta có thể thấy khi AEON Mall sẵn sàng đặt những bộ bàn ghế ở sảnh trung tâm để khách hàng có

thể nghỉ ngơi, ngay cả khi họ chỉ có ý định vào siêu thị tránh nóng. Niềm tin và sự chăm sóc khách hàng từ những việc nhỏ nhất đã giúp cho doanh nghiệp đứng vững trên thị trường khắc nghiệt và tạo ra sức cạnh tranh. Đây cũng là điều mà nhiều doanh nghiệp Việt Nam cần tham khảo để học hỏi.

Giới chuyên gia cho rằng, Việt Nam có văn hóa cộng đồng, lòng nhân ái, đề cao sự tử tế và tinh thần hiếu khách - những điều kiện thuận lợi và cũng là nền tảng ban đầu cho việc áp dụng Omotenashi. Bên cạnh áp dụng thường xuyên và liên tục, việc các doanh nghiệp, dự án trực tiếp hợp tác với những đơn vị có tên tuổi đến từ Nhật Bản sẽ giúp mang trọn vẹn tinh thần Omotenashi đến khách hàng.

Tiêu biểu, để vận hành dự án căn hộ khoáng nóng Shizen Home (quận 7, TP HCM), chủ đầu tư Gotec Land hợp tác với Taisei Group - tập đoàn lớn với 63 năm vận hành các khách sạn cao cấp của Nhật Bản. Chủ đầu tư cho biết, nghệ thuật Omotenashi sẽ ra mắt khách hàng ngay từ lễ khai trương Sale Gallery của dự án diễn ra vào ngày 8/6/2022. Theo đó, khách tham quan sẽ được trải nghiệm nghệ thuật trà đạo, xem từng động tác pha trà thuần thực và thưởng thức bánh Wagashi - món ăn truyền thống đánh thức 5 giác quan trong các buổi tiệc trà truyền thống của Nhật. Khách hàng đến tham quan Sale Gallery của dự án Shizen Home có thể trải nghiệm văn hóa, không gian kiến trúc đặc trưng của thành phố Kyoto, Nhật Bản.

Bên cạnh văn hóa trà đạo, khách hàng sẽ tìm hiểu về nghệ thuật phục vụ Omotenashi nổi tiếng, được ứng dụng vào dự án nhằm mang đến cho cư dân trải nghiệm sống và những liệu trình chăm sóc sức khỏe trọn vẹn cả về thể chất, tinh thần nhờ vào phong cách phục vụ tỉ mỉ, cẩn thận. Mọi hoạt động từ việc đón khách từ sảnh,

văn hóa chào hỏi, bài trí không gian, nhiệt độ phòng, nước uống, mùi hương tinh dầu, nhạc thư giãn được set up trong quá trình khách ngồi chờ đến phiên được phục vụ, làm việc và cung ứng dịch vụ cho khách... đều được đội ngũ nhân viên phục vụ chần chu. Đội ngũ vận hành dự án sẽ được đào tạo nghiệp vụ trong 6 tháng để truyền tải hết tinh thần Omotenashi Nhật Bản đến cư dân.

Không chỉ mang những nét văn hóa đặc trưng của Nhật Bản, Sale Gallery của dự án còn đem lại cho khách hàng trải nghiệm thường lãm và lạc vào không gian sống mang đậm phong cách Nhật Bản của các thành phố cổ kính như Kyoto, và phong cách thiết kế chủ đạo cho toàn bộ Sale Gallery được gọi tên là Japandi.



Hình 3. Nghệ thuật trà đạo và thưởng bánh Wagashi là trải nghiệm mang tinh thần nghệ thuật Omotenashi.

Ảnh: Pinterest

Khác với phong cách tối giản và cổ điển thường thấy ở các thành phố cổ của Nhật, phong cách Japandi được chọn giúp mang thêm sự ấm áp vào không gian sống bằng những gam màu trung tính và những nét cách tân trong trang bị nội thất. Các thiết kế lấy sự đơn giản và tối ưu công năng của từng nội thất như cách mà chủ nghĩa tối giản minimalism người Nhật đã và đang áp dụng thường xuyên.

Các mô hình mô phỏng lối kiến trúc đặc trưng của người Nhật cũng được đưa vào. Cổng Torii, bàn trà thấp, đèn đá, bonsai,

chuông gió... được sắp đặt vừa tận dụng không gian, vừa gợi nhớ đặc trưng của các khu vườn cổ kính tại Nhật Bản.

"Nghệ thuật Omotenashi giúp khách hàng cảm nhận sự hiếu khách, tôn trọng một cách chân thành từ doanh nghiệp. Bên cạnh việc giúp các công ty phát triển bền vững theo thời gian, nghệ thuật Omotenashi với triết lý 'chỉ có trái tim mới chạm tới trái tim' được kỳ vọng sẽ mang những giá trị mới đến với cộng đồng", đại diện Gotec Land nhấn mạnh.

Các bước triển khai Omotenashi trong một đơn vị, tổ chức dịch vụ khách hàng

Bước 1: Thay đổi nhận thức

Bước này dành cho đội ngũ lãnh đạo, cấp quản lý doanh nghiệp phải hiểu được vai trò của Omotenashi trong ngành dịch vụ. Và sau khi nhận thức đầy đủ tinh thần cung cấp dịch vụ chất lượng thì chính đội ngũ lãnh đạo phải là những người làm gương và huấn luyện nhân viên của mình cùng thực hiện.

Bước 2: Trang bị kỹ năng cung cấp dịch vụ và đáp ứng nhu cầu của khách hàng

Xây dựng các chương trình đào tạo kỹ năng giúp mọi nhân viên trong doanh nghiệp để phục vụ khách hàng ở nhiều tình huống khác nhau. Điều này giúp doanh nghiệp và mỗi nhân sự trong tổ chức xây dựng được sự tin cậy cơ bản từ khách hàng, hiểu và tuân thủ các quy tắc nơi làm việc. Các kỹ năng làm dịch vụ cơ bản là cách chào khách hàng, thân thiện mỉm cười với khách hàng, sử dụng ngôn ngữ phù hợp, luôn hiện diện sẵn sàng một cách chính tề khi khách hàng phát sinh nhu cầu và đưa ra hành động hỗ trợ phù hợp... Doanh nghiệp cần xây dựng các tài liệu và chương trình đào tạo nhân viên gắn với văn hóa doanh nghiệp, từ đó giúp tăng hiệu quả tương tác với khách hàng.

Bước 3: Trang bị kỹ năng vận hành công việc

Quy trình làm việc của bất kỳ nhân viên nào trong tổ chức cần được xác định hiệu quả qua các bước: Plan/Lên kế hoạch – Do/Thực hiện – Check/Kiểm tra –

Action/Điều chỉnh. Tất cả các bước đều được lồng ghép kỹ năng mềm vì có giao tiếp với nhiều đối tượng khác nhau. Với quy trình xử lý sự cố, doanh nghiệp cần nhìn ra những thách thức và đề xuất giải pháp, cũng như quản lý các khiếu nại của khách hàng một cách phù hợp bằng cách xác định chính xác mục đích và mức độ khẩn cấp liên quan đến khiếu nại khách hàng đồng thời thể hiện sự chân thành một cách hợp lý, phù hợp mọi nơi, mọi lúc và mọi đối tượng.

Bước 4: Tạo kỹ năng bao quát và đa dạng

Quy trình triển khai nghệ thuật chăm sóc khách hàng Omotenashi còn bao gồm yêu cầu cơ bản về việc hiểu rõ sự đa dạng của khách hàng: độ tuổi, giới tính, sở thích, thị hiếu, văn hóa vùng miền... Các cấp quản lý cũng cần nâng cao nhận thức của nhân viên trong việc đa dạng văn hóa, tầm quan trọng của việc thu thập thông tin khách hàng, để từ đó điều chỉnh dịch vụ và phương thức tiếp cận hợp lý.

Bước 5: Xây dựng văn hóa doanh nghiệp

Các cấp quản lý cần hiểu được vai trò của từng nhân viên để đặt mục tiêu phù hợp và có các chương trình huấn luyện, đào tạo thay đổi nhận thức cũng như nâng cao năng lực chung cho toàn công ty. Việc xây dựng văn hóa doanh nghiệp không chỉ khiến các thành viên trong tổ chức gắn kết hơn, mà còn tạo niềm tin cho các khách hàng vào công ty đó.

KẾT LUẬN

Việt Nam đang dần phục hồi ngành kinh tế du lịch sau tác động tiêu cực của đại dịch Covid 19. Việc du khách quốc tế và nội địa đến thăm quan và nghỉ dưỡng tại nhiều điểm đến xinh đẹp và hấp dẫn với sự tuyệt vời của khí hậu, cảnh quan, văn hoá, ẩm thực và con người trên khắp đất nước vùng nhiệt đới hình chữ S cũng cần được phục vụ một cách chuyên nghiệp bởi đội ngũ lao

động trực tiếp. Có như vậy chúng ta mới có cơ hội nâng cao tỷ lệ khách đến để chiêm ngưỡng, nghỉ ngơi và trải nghiệm vừa giúp làm phong phú và thư giãn tinh thần vừa làm tăng giá trị lợi nhuận từ ngành du lịch và dịch vụ cho địa phương, nước nhà.

Từ đó, việc chú trọng nghệ thuật chăm sóc khách hàng từ trái tim của người Nhật như là một ví dụ điển hình đáng để chiêm nghiệm và học hỏi đối với nhiều doanh nghiệp Việt Nam. Cần nghiên cứu và đưa vào nội dung các khoá đào tạo, bồi dưỡng kỹ năng đón tiếp và phục vụ khách hàng cho mọi nhân viên của các doanh nghiệp tham gia cung ứng dịch vụ, đảm bảo tính nhất quán trong ý tưởng, hành động, thái độ chuyên nghiệp, nhiệt tình khi làm việc và cung ứng dịch vụ mang tính trực tiếp và đảm bảo tính hiệu quả, tạo ra kết quả tốt cho doanh nghiệp, địa phương và toàn xã hội. Việc gia tăng giá trị thặng dư sẽ trực tiếp đến từ các ngành có liên quan đến dịch vụ và có sự tương tác với khách hàng là điều chắc chắn và giá trị đó sẽ ngày càng cao hơn, lớn hơn và khẳng định rõ nét nhất giá trị của các điểm đến cũng như nét văn hoá đẹp, độc, mang tính truyền thống riêng biệt của người Đông Nam Á, có đạo đức và đạt chuẩn mực tốt đẹp của con người, đất nước và dân tộc Việt Nam.

Omotenashi được coi là cuốn giáo án đầy đủ và tiên tiến nhất về công việc vừa khoa học vừa nghệ thuật này. Đồng thời nó cũng là giải pháp hữu hiệu nhất giúp doanh nghiệp Việt Nam nâng cao chất lượng dịch vụ, tạo lợi thế cạnh tranh vì sự phát triển kinh tế - xã hội bền vững cho toàn đất nước và mọi người dân Việt Nam đang sinh sống trên dải đất hình chữ S và cả những người mang dòng máu Lạc Hồng đang có mặt ở khắp mọi vùng miền trên trái đất này.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Nguồn VnExpress, Thứ Hai ngày 6/6/2022
2. Nguồn VnExpress, Thứ Năm ngày 9/6/2022
3. Nguồn: Viện Kế toán và Quản trị doanh nghiệp (IABM), iabm.edu.vn
4. TPI Design & Build, 2022, Phong cách thiết kế Nhật Bản - Vẻ đẹp của sự tối giản