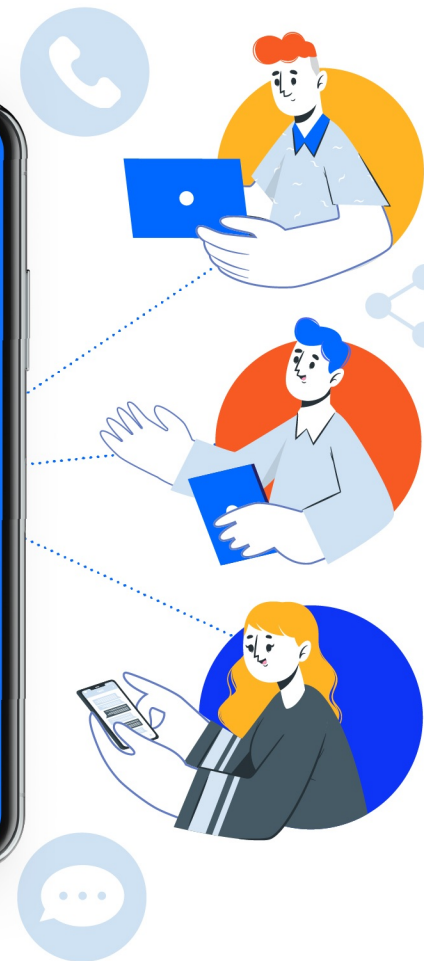


Báo cáo

**XU HƯỚNG TƯƠNG TÁC CỦA
NGƯỜI DÙNG ZALO & DOANH NGHIỆP
THÔNG QUA GIẢI PHÁP
→ ZALO OFFICIAL ACCOUNT**

2022 - Q1/2023



MỞ ĐẦU

Thói quen tương tác trực tuyến của người tiêu dùng là cơ hội để doanh nghiệp kết nối với khách hàng sâu sắc hơn. Doanh nghiệp và khách hàng có thể thu hẹp khoảng cách và tương tác như bạn bè. Từ đó doanh nghiệp có thể hiểu rõ hơn về khách hàng để đưa đến những thông điệp được cá nhân hóa, những sản phẩm phù hợp với nhu cầu. Các cuộc hội thoại không chỉ phục vụ mục đích mua bán trao đổi, **chúng mang theo cảm xúc, trải nghiệm của khách hàng và giá trị của doanh nghiệp.**

(*) Kết quả từ báo cáo Digital 2022 Global Overview Report do We are social và Hootsuite công bố

Người tiêu dùng những năm gần đây có nhu cầu tương tác trực tuyến ngày càng tăng. Trung bình một người Việt Nam dành hơn 06 giờ mỗi ngày trên các nền tảng trực tuyến, đa số thời gian trong đó dành cho nhu cầu kết nối với người thân, bạn bè, và kết nối, tìm hiểu thông tin về các thương hiệu, doanh nghiệp*.

Là giải pháp phục vụ trực tiếp nhu cầu tương tác đó, Zalo Official Account nhận thấy doanh nghiệp và người dùng đang duy trì các kết nối sâu sắc và bền vững. Bằng việc quan sát và tổng hợp các số liệu trên nền tảng của chúng tôi, Zalo Official Account trân trọng gửi đến quý doanh nghiệp **"Báo cáo xu hướng tương tác của người dùng Zalo với doanh nghiệp thông qua giải pháp Zalo Official Account, 2022-Q1/2023"**. Chúng tôi hy vọng rằng, báo cáo này có thể mang lại hiểu biết cho các doanh nghiệp đã, đang và sẽ tương tác với khách hàng của họ qua Zalo, giúp quý doanh nghiệp **ứng dụng giải pháp của Zalo theo cách hiệu quả trong hoạt động kinh doanh và tối ưu trải nghiệm khách hàng**.

Trong báo cáo, quý doanh nghiệp sẽ được cung cấp thông tin và hiểu biết về:

- ♦ **Tổng quan tương tác giữa khách hàng và doanh nghiệp qua Zalo Official Account giai đoạn 01/2022 - 3/2023**
- ♦ **Xu hướng tương tác của người dùng và doanh nghiệp qua Zalo Official Account, và gợi ý để ứng dụng ZOA hiệu quả**
 - ▶ Người dùng tiếp cận ZOA của doanh nghiệp theo cách nào
 - ▶ Người dùng tìm đến ZOA của doanh nghiệp để làm gì
 - ▶ Người dùng có xu hướng tương tác với những ZOA nào
 - ▶ Người dùng thể hiện mức độ hài lòng với doanh nghiệp qua ZOA ra sao
- ♦ **Một vài số liệu nổi bật của 03 ngành hàng phổ biến trên nền tảng: Bán lẻ, Y tế - Dược phẩm, Giáo dục - Đào tạo**

GIẢI THÍCH CÁC

KHÁI NIỆM

& THUẬT NGỮ

TRONG BÁO CÁO

Zalo Official Account

(viết tắt là "Zalo OA" hoặc "ZOA") :

Tài khoản chính thức của một doanh nghiệp, tổ chức trên Zalo

Người dùng (User) :

Cá nhân sử dụng tài khoản Zalo

Người quan tâm (Follower) :

Người dùng đang quan tâm Zalo Official Account

Tin nhắn :

Tương tác trao đổi gửi từ tài khoản Zalo của người dùng đến Zalo Official Account hoặc từ Zalo Official Account đến tài khoản Zalo của người dùng, dưới các dạng: văn bản, hình ảnh, biểu mẫu, đường dẫn, biểu tượng cảm xúc, tệp đính kèm, danh sách, lệnh truy vấn,...

Thông báo :

Lệnh tương tác gửi từ Zalo Official Account đến số điện thoại của người dùng, hiển thị tại ứng dụng Zalo trên thiết bị di động của người dùng, dưới các dạng: văn bản, biểu mẫu, danh sách

Cuộc gọi :

Tương tác trao đổi giữa tài khoản Zalo của người dùng và Zalo Official Account dưới dạng âm thanh (thoại) hoặc âm thanh kèm hình ảnh (video)

Menu :

Bảng chọn hiển thị tại giao diện của Zalo Official Account tại ứng dụng Zalo trên thiết bị di động của người dùng

Nội dung :

Nội dung dạng bài viết, video,... được tạo và xuất bản bởi Zalo Official Account

Broadcast :

Tin nhắn dạng Danh sách nội dung gửi từ Zalo Official Account đến người quan tâm

CTR (Viết tắt của "Clickthrough rate") :

Tỉ lệ nhấn xem Nội dung từ Broadcast

Phiên chat (Chat session) :

Hội thoại giữa 01 người dùng và 01 Zalo Official Account phát sinh trong khoảng thời gian từ 0:00:00 đến 23:59:59 cùng ngày

MỤC LỤC

Về giải pháp Zalo Official Account

- ▶ Giá trị mà Zalo và giải pháp Zalo Official Account mang lại cho doanh nghiệp và khách hàng của doanh nghiệp 06 - 07
- ▶ Tổng quan về tăng trưởng và hoạt động của doanh nghiệp trên Zalo Official Account trong giai đoạn 01/2022 - 3/2023 08
- ▶ Các ngành hàng đang có mặt trên Zalo Official Account 09 - 11

Xu hướng tương tác của người dùng và doanh nghiệp qua Zalo Official Account, và gợi ý để ứng dụng ZOA hiệu quả

- ▶ Xu hướng 1 13 - 14
- ▶ Xu hướng 2 15 - 16
- ▶ Xu hướng 3 17 - 18
- ▶ Xu hướng 4 19 - 20
- ▶ Xu hướng 5 21

Một vài số liệu của ngành Bán lẻ, Y tế - Dược phẩm, Giáo dục - Đào tạo 22 - 25

Liên hệ 26

VỀ GIẢI PHÁP
ZALO OFFICIAL ACCOUNT





Zalo là ứng dụng liên lạc (OTT) phổ biến nhất tại Việt Nam

74 triệu người dùng thường xuyên hàng tháng (MAU)

>2 tỷ tin nhắn được trao đổi mỗi ngày*

GIÁ TRỊ MÀ ZALO MANG LẠI CHO NGƯỜI DÙNG CÁ NHÂN

Nhanh chóng

Ổn định

Dễ sử dụng

Riêng tư

Đa dạng giải pháp & dịch vụ

Zalo Official Account là giải pháp Zalo dành cho doanh nghiệp, giúp doanh nghiệp *tiếp cận và tương tác với người dùng Zalo*.

GIÁ TRỊ MÀ ZALO MANG LẠI CHO DOANH NGHIỆP

An toàn thông tin

Uy tín, xác thực

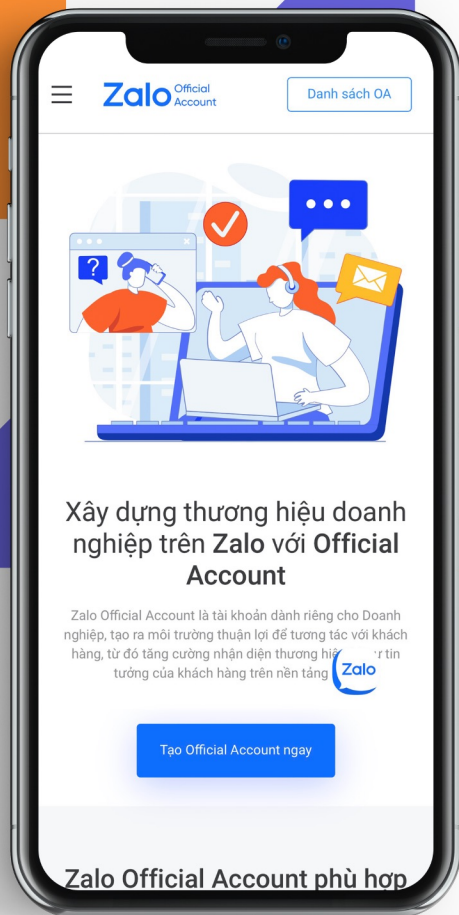
Tiềm năng tiếp cận tệp người dùng lớn

Tối ưu trải nghiệm khách hàng khi kết hợp với các giải pháp của hệ sinh thái Zalo

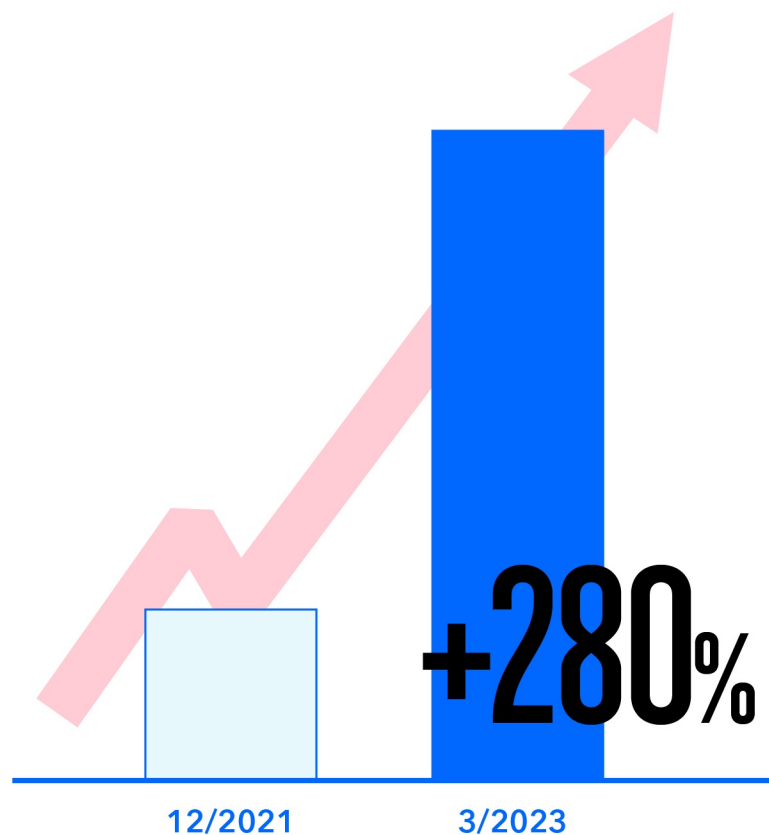
Chi phí hợp lý

Công cụ mạnh mẽ và đầy đủ, hỗ trợ vận hành và theo dõi hiệu quả

Sẵn sàng kết nối với các hệ thống, nền tảng của doanh nghiệp



SỐ LƯỢNG DOANH NGHIỆP CÓ MẶT TRÊN NỀN TẢNG ZOA TIẾP TỤC TĂNG TRƯỞNG



Tỷ lệ tăng trưởng số tài khoản Zalo Official Account (%)

(chỉ xét tài khoản ZOA Doanh nghiệp được xác thực)

TỔNG SỐ TƯƠNG TÁC GIỮA DOANH NGHIỆP VÀ NGƯỜI DÙNG THÔNG QUA ZOA

65 triệu người quan tâm các ZOA doanh nghiệp*

1.9 tỷ lượt tương tác qua tin nhắn và thông báo**

1.4 tỷ lượt tiếp cận qua tin truyền thông (broadcast)**

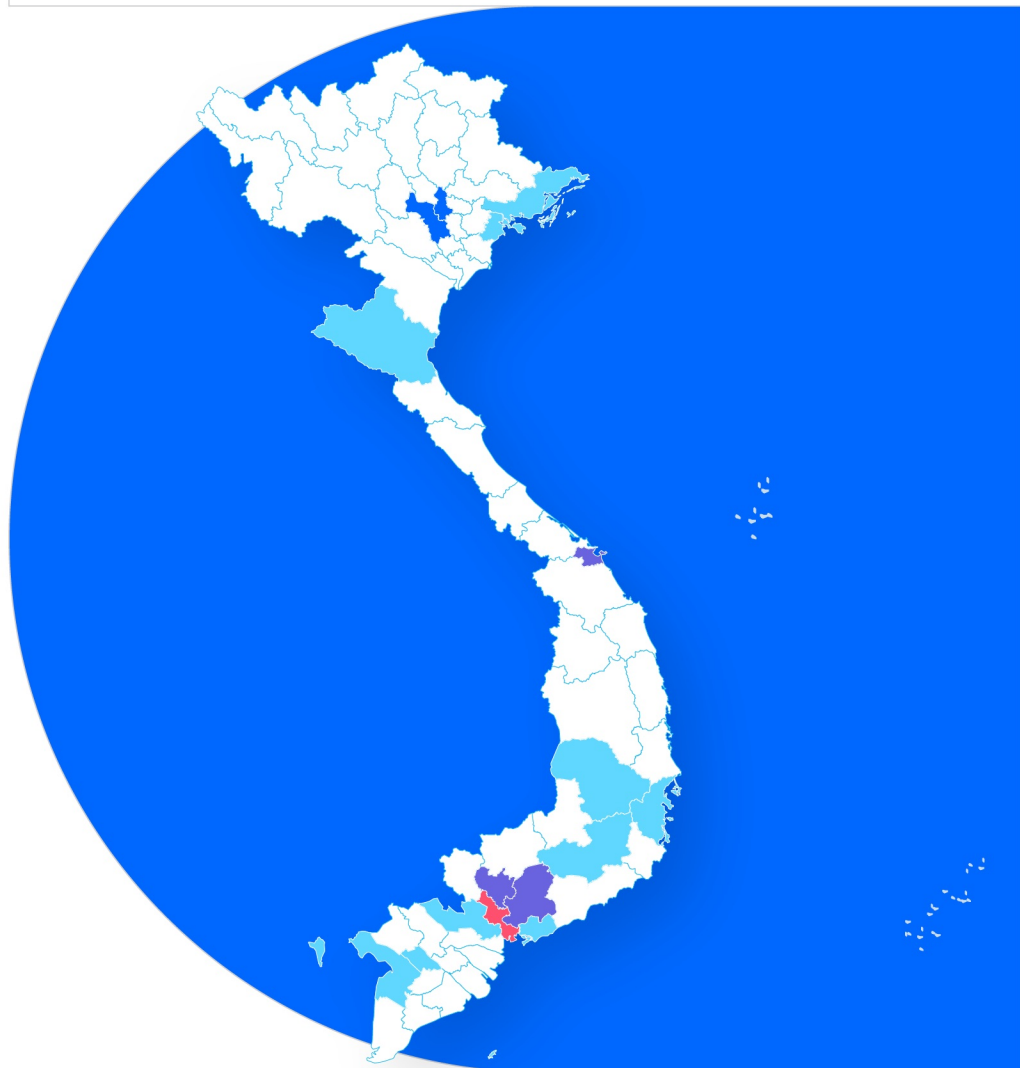
338 nghìn phút gọi***

*tại tháng 3/2023

**từ tháng 01/2022 đến tháng 3/2023

***từ tháng 7/2022 đến tháng 3/2023

DOANH NGHIỆP KHẮP 63 TỈNH THÀNH ĐANG SỬ DỤNG ZALO OA



| TP. Hồ Chí Minh



| Hà Nội



| Bình Dương, Đà Nẵng, Đồng Nai

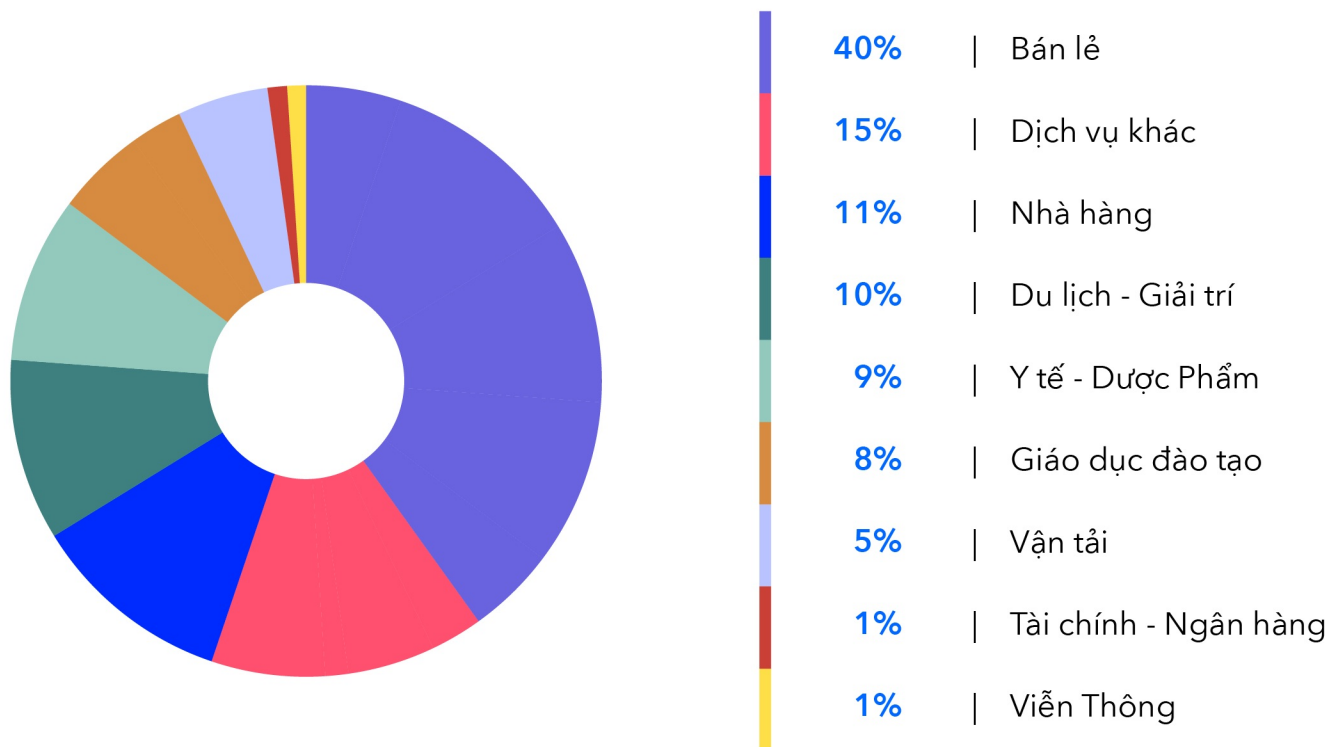


| Cần Thơ, Hải Phòng, Khánh Hòa,
Bà Rịa - Vũng Tàu, Lâm Đồng, Long An,
Quảng Ninh, Đắk Lắk, Nghệ An,
Kiên Giang



| Các tỉnh thành khác

DOANH NGHIỆP ĐANG SỬ DỤNG ZOA THUỘC CÁC LĨNH VỰC NÀO?



Ngành bán lẻ chiếm tỷ lệ lớn nhất (**40%**), trong đó nổi bật là các doanh nghiệp kinh doanh **Hàng hóa tiêu dùng, Thời trang, Thiết bị công nghệ**

Du lịch - Giải trí, Nhà hàng và Y tế - Dược phẩm là ba ngành hàng đang khám phá tiềm năng phát triển và mở rộng hoạt động kinh doanh trên nền tảng Zalo Official Account, với mức tăng trưởng về số lượng ZOA mới trung bình mỗi tháng là **7%**.

CÁC HOẠT ĐỘNG NỔI BẬT CỦA DOANH NGHIỆP TRÊN ZALO

Tương tác & Chăm sóc khách hàng

Xây dựng thương hiệu & Truyền thông

Marketing & Bán hàng

Tuyển dụng



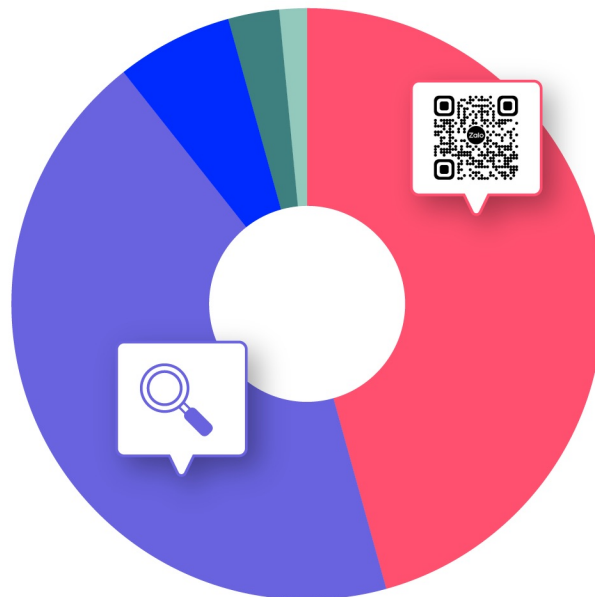
**XU HƯỚNG TƯƠNG TÁC CỦA
NGƯỜI DÙNG VỚI DOANH NGHIỆP
QUA ZOA &
GỢI Ý ỨNG DỤNG ZOA HIỆU QUẢ**



XU HƯỚNG 1

Việc quét mã QR qua ứng dụng Zalo đã trở thành thói quen của người Việt, và cũng là cách yêu thích mỗi khi khách hàng cần tìm đến thương hiệu.

NGƯỜI DÙNG TIẾP CẬN ZOA CỦA DOANH NGHIỆP QUA NHỮNG NGUỒN NÀO?



- 45% | Mã QR của ZOA
- 45% | Công cụ tìm kiếm trên ứng dụng Zalo
- 6% | Được bạn bè chia sẻ
- 3% | Quảng cáo Zalo Ads
- 1% | Các nguồn khác

GỢI Ý VẬN HÀNH ZOA HIỆU QUẢ:



Doanh nghiệp có thể tăng lượng tiếp cận của ZOA thông qua mã QR bằng cách:

- ◆ **Quảng bá mã QR** của ZOA đến khách hàng theo cách trực tiếp (trưng bày tại điểm bán, sự kiện,...) hoặc trên các nền tảng trực tuyến (website, social media, quảng cáo,...)



Doanh nghiệp có thể tối ưu hiển thị ZOA trên công cụ tìm kiếm Zalo bằng cách:

- ◆ **Đặt tên ZOA** có liên quan đến tên thương hiệu đã quen thuộc với khách hàng.
- ◆ Sử dụng các **từ khóa** (SEO) liên quan đến thương hiệu, ngành hàng,... trong thông tin mô tả ZOA. Bổ sung đầy đủ thông tin **địa chỉ, số điện thoại**, thông tin liên hệ,... để khách hàng dễ nhận biết.
- ◆ Kết quả từ phân tích số liệu cũng cho thấy, ZOA của được thiết lập đầy đủ thông tin (thông tin mô tả, thông tin liên hệ,...) có tỷ lệ tiếp cận của khách hàng **cao hơn 34%** so với ZOA không có thông tin.

XU HƯỚNG 2

Ấn tượng đầu tiên là quan trọng. Sau khi tiếp cận ZOA, khách hàng có xu hướng bắt đầu tương tác nếu ZOA có nội dung hấp dẫn.

HÀNH ĐỘNG ĐẦU TIÊN CỦA NGƯỜI DÙNG SAU KHI TIẾP CẬN ZOA CỦA DOANH NGHIỆP:

15%
Người dùng nhấn
QUAN TÂM

12%
Người dùng nhấn
NHẮN TIN

8%
Người dùng nhấn
MENU

7%
Người dùng đọc
NỘI DUNG



GỢI Ý VẬN HÀNH ZOA HIỆU QUẢ:

Doanh nghiệp có thể thúc đẩy tương tác từ khách hàng bằng cách:

- ✦ Sử dụng **hình ảnh đại diện** gây ấn tượng tốt
- ✦ Xuất bản **nội dung** (bài viết,...) và cập nhật ảnh bìa thường xuyên để khách hàng có thể đọc và tìm hiểu các thông tin mới, quan trọng về sản phẩm, dịch vụ, từ đó bắt đầu tương tác để tìm hiểu thêm
- ✦ Thiết lập **Menu** có chứa các nội dung mà khách hàng thường quan tâm
- ✦ Thiết lập **Lời chào** tự động để gây ấn tượng với khách hàng, đồng thời khuyến khích khách hàng tương tác thêm (CTA,...)

XU HƯỚNG 3

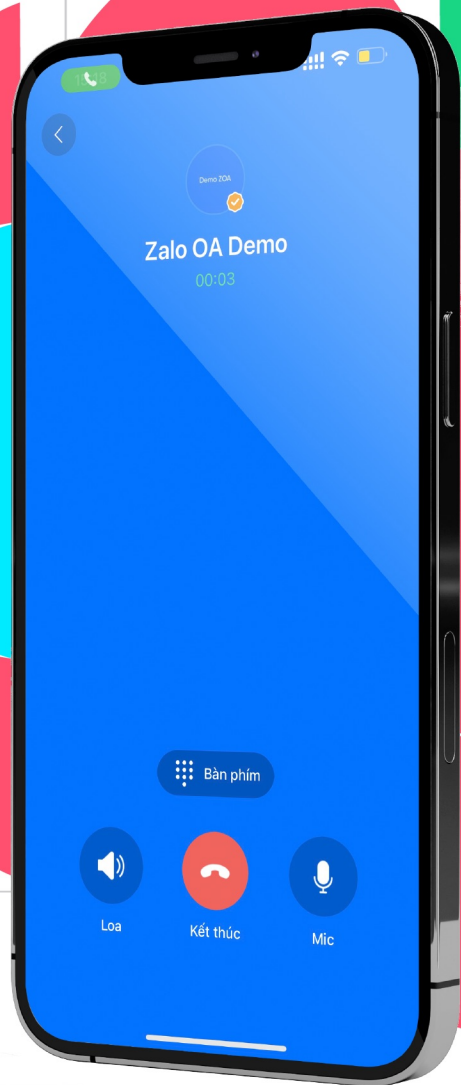
Khách hàng có nhu cầu nhận thông tin từ ZOA qua Gọi thoại và Thông báo, và có xu hướng muốn duy trì tương tác với doanh nghiệp qua ZOA

89% người dùng đồng ý tiếp nhận cuộc gọi thương hiệu (brandname) từ ZOA

99% người dùng có nhu cầu nhận thông báo từ ZOA

Sau khi tiếp nhận cuộc gọi hoặc thông báo, **64%** người dùng có xu hướng tiếp tục tương tác với ZOA để tìm hiểu thêm về doanh nghiệp

Khi người dùng tương tác với doanh nghiệp, ZOA có phản hồi trong phiên chat có tỉ lệ chuyển đổi khách hàng trở thành người quan tâm **cao gấp 3 lần** so với ZOA không phản hồi trong phiên chat.



GỢI Ý VẬN HÀNH ZOA HIỆU QUẢ:

Doanh nghiệp có thể cải thiện hiệu quả tương tác với khách hàng bằng cách:

- ◆ **Phản hồi** khách hàng **kịp thời** và thường xuyên*
- ◆ Kết hợp thiết lập phản hồi tự động và phản hồi thủ công theo cách hợp lý
- ◆ **Chủ động duy trì tương tác** bền vững, tránh làm gián đoạn hội thoại và trải nghiệm khách hàng

*Quản trị viên ZOA có thể sử dụng kết hợp các công cụ vận hành OA phiên bản web và Mini App để phản hồi khách hàng nhanh chóng. Doanh nghiệp cũng có thể mở tổng đài trên ZOA để khách hàng dễ dàng gọi đến, tránh trường hợp bỏ lỡ tin nhắn của khách hàng

XU HƯỚNG 4

Khách hàng có xu hướng đọc và chia sẻ những nội dung được "thiết kế" phù hợp với nhu cầu, sở thích.

Broadcast không phân tệp đối tượng nhận: có tỉ lệ nhấn xem nội dung (CTR) trung bình là **2.8%**.

2.8%

VS

4.7%

Broadcast có phân tệp đối tượng nhận: có tỉ lệ nhấn xem nội dung (CTR) trung bình là **4.7%**.

KẾT QUẢ TỪ PHÂN TÍCH SỐ LIỆU CŨNG CHO THẤY:

50% số lượt xem bài viết đến từ người dùng không phải là người quan tâm ZOA

BI LÀM PHIÊN

là lý do phổ biến nhất khiến khách hàng không hài lòng với doanh nghiệp (nội dung, thời điểm, tần suất gửi tin nhắn, thông báo hoặc gọi thoại không phù hợp)

Chọn đối tượng gửi
✕

Quản lý nhãn ? [Tìm hiểu thêm](#)

● Khách VIP ✕
● Khách mới ✕
● Khách MKT ✕

[Tùy chọn nâng cao](#)

Vị trí ?

📍 Quận Bình Thạnh, Hồ Chí...
✕
▼

📍 Quận 10, Hồ Chí Minh
✕

📍 Hà Nội
✕

📍 Hải Phòng
▼

Độ tuổi ?

Tất cả

Trên 64 tuổi

55 - 64 tuổi

45 - 54 tuổi

35 - 44 tuổi

25 - 34 tuổi

18 - 24 tuổi

dưới 18 tuổi

Giới tính ?

Tất cả

Nam

Nữ

Mục tiêu chi tiết ?

Bao gồm những người phù hợp với ít nhất một trong các tiêu chí sau

NV11111 ✕

Xác nhận

GỢI Ý VẬN HÀNH ZOA HIỆU QUẢ:

Doanh nghiệp có thể cải thiện hiệu quả tương tác với khách hàng bằng cách:

- ✦ Nội dung nên có thông điệp rõ ràng. Nên **phân tệp khách hàng** theo các nhóm đối tượng mục tiêu cho từng tin nhắn hoặc thông báo cụ thể. Có thể đưa vào nội dung những thông tin mang tính **khuyến khích khách hàng chia sẻ hoặc tương tác** với ZOA để tìm hiểu thêm.
- ✦ Cân nhắc **tần suất phù hợp** để gửi tin nhắn hoặc thông báo đến khách hàng.
- ✦ **Chia sẻ** Nội dung của ZOA rộng rãi tại nền tảng Zalo và các nền tảng khác của doanh nghiệp để tiếp cận đến khách hàng mới, từ đó tăng lượng tương tác và quan tâm ZOA.
- ✦ **Theo dõi mức độ tương tác** của khách hàng với từng loại Nội dung và Tin nhắn để xác định nội dung nào nên được tập trung phát triển hoặc tái sử dụng.

XU HƯỚNG 5

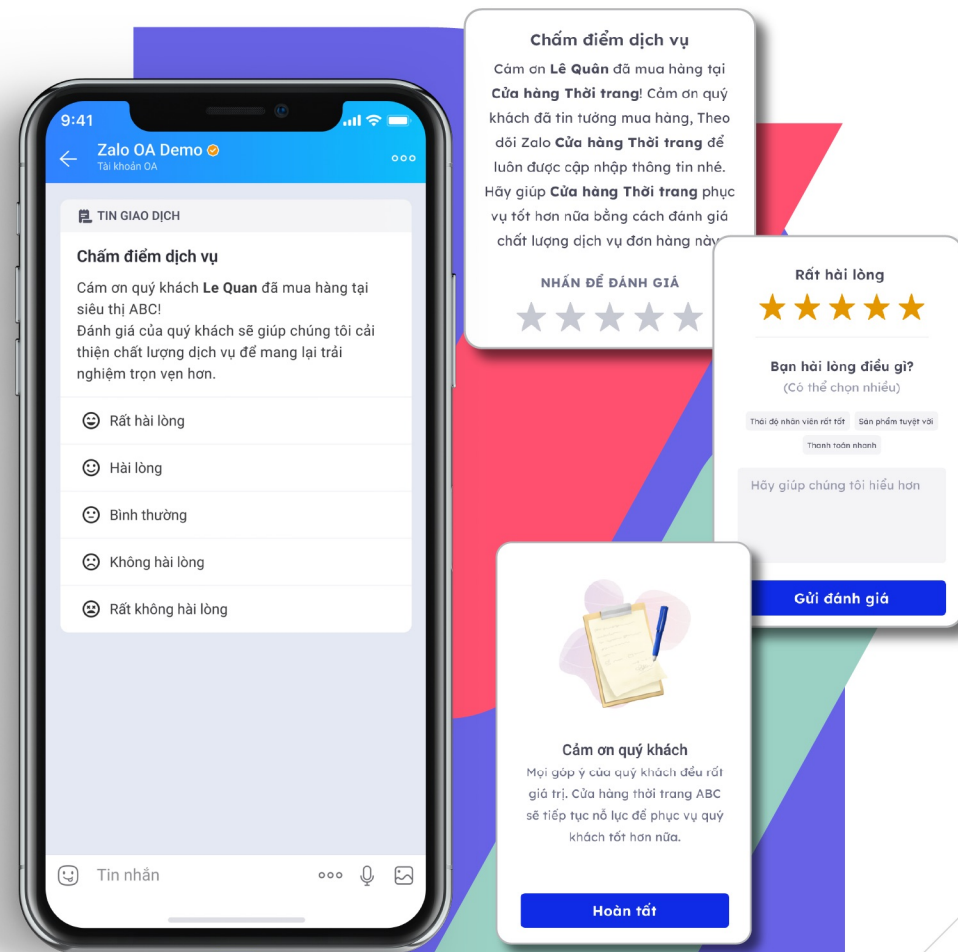
Ý kiến của khách hàng là quan trọng.
Người dùng có nhu cầu thể hiện mức độ hài lòng với dịch vụ của doanh nghiệp cung cấp thông qua ZOA.

12 triệu

Trung bình mỗi tháng có **12 triệu tin nhắn & thông báo** với nội dung yêu cầu đánh giá dịch vụ được gửi từ doanh nghiệp đến người dùng thông qua ZOA.

90 %

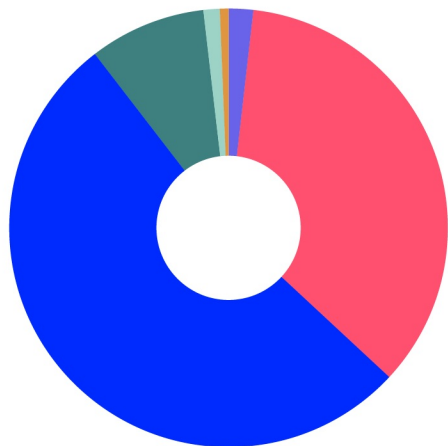
khách hàng phản hồi khi nhận được tin nhắn hoặc thông báo có chứa nội dung này.



SỐ LIỆU TƯƠNG TÁC CỦA
3 NGÀNH HÀNG PHỔ BIẾN
TRÊN NỀN TẢNG
ZALO OFFICIAL ACCOUNT



NGÀNH GIÁO DỤC - ĐÀO TẠO



Tỷ lệ người quan tâm theo nhóm tuổi (%):

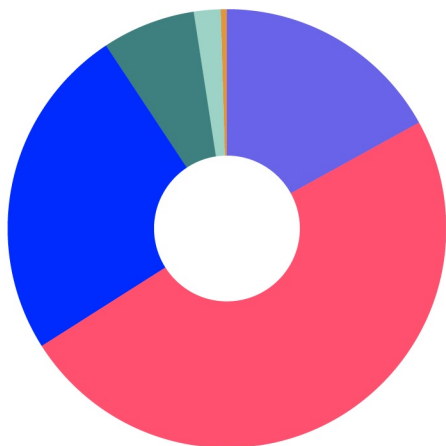
18 - 24t 2.1%	45 - 54t 8.5%
25 - 34t 34.9%	55 - 64t 1.3%
35 - 44t 52.8%	65t trở lên 0.4%

Tỷ lệ người quan tâm theo giới tính (%): 18% ♂ - 82% ♀

KẾT QUẢ TỪ PHÂN TÍCH SỐ LIỆU CHO THẤY:

- Ngành Giáo dục có tỷ lệ có tỷ lệ nhấn xem nội dung (CTR) trung bình cao nhất trong tất cả các ngành. CTR trung bình hàng tháng luôn duy trì trên mức **4.8%**, và cao điểm có thể lên tới **6.5%**.
- Ngành này cũng có thể coi là có tỷ lệ người dùng "thân thiết" (loyal) cao nhất. Người dùng chủ động nhấn tin, tương tác, và có xu hướng **tương tác thường xuyên** với 01 ZOA cụ thể. Ngược lại, các ZOA ngành Giáo dục cũng tích cực duy trì luồng tương tác này, thể hiện qua chỉ số: **25%** tổng lượng tin gửi từ các ZOA này là tin dành cho mục đích **Tư vấn, được gửi trong vòng 48 giờ** kể từ khi người dùng chủ động tìm đến OA.
- Lượng tương tác giữa người dùng và ZOA ngành Giáo dục - Đào tạo tăng vào dịp Quý II & III, đặc biệt là các tháng 6,7,8,9 - trùng với giai đoạn Tuyển sinh
- Người quan tâm ZOA ngành này đa số là Nữ giới. Các doanh nghiệp, tổ chức, trường học có thể xây dựng những chiến lược về nội dung và dịch vụ phù hợp với nhóm đối tượng này.

NGÀNH BÁN LẺ



Tỷ lệ người quan tâm theo nhóm tuổi (%):

- 18 - 24t | 16.9%
- 24 - 34t | 49%
- 35 - 44t | 24.7%
- 45 - 54t | 6.8%
- 55 - 64t | 2%
- 65t trở lên | 0.4%

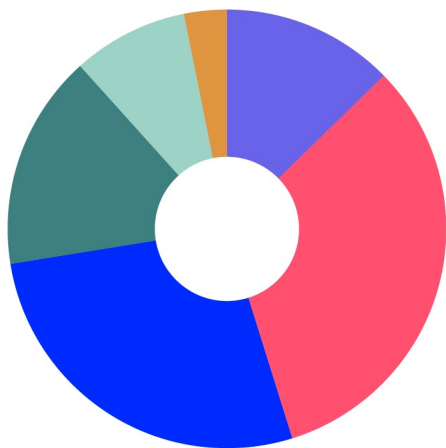
Tỷ lệ người quan tâm theo giới tính (%): 40% ♂ - 60% ♀

KẾT QUẢ TỪ PHÂN TÍCH SỐ LIỆU CHO THẤY:

- ✦ Do đặc thù ngành hàng, **80% lượng tin** gửi từ các ZOA ngành Bán lẻ là để phục vụ mục đích Truyền thông, Quảng cáo. Với lượng người quan tâm OA lớn và CTR trung bình hàng tháng duy trì từ **2.1% - 3.0%**, Doanh nghiệp có thể tiết kiệm hàng tỷ đồng chi phí marketing nhờ tính năng broadcast miễn phí của Zalo OA*.
- ✦ Ngoài mục đích Quảng cáo, nhu cầu sử dụng tin nhắn và thông báo với mục đích cập nhật Giao dịch, Tiện ích để chăm sóc khách hàng **xuyên suốt hành trình** sử dụng sản phẩm và dịch vụ của Doanh nghiệp cũng có xu hướng tăng dần, cả về số lượng tin gửi ra và độ đa dạng của mục đích gửi tin.
- ✦ Lượng tương tác giữa người dùng và ZOA ngành Bán lẻ tăng đột biến vào các dịp lễ, Tết (**khoảng tháng 11-tháng 01**). Đây là giai đoạn quan trọng để Doanh nghiệp tối ưu hiệu quả chăm sóc khách hàng và bán hàng.
- ✦ Các tin Truyền thông có chứa thông tin ưu đãi, khuyến mại gửi vào các ngày đặc biệt (lễ tết, ngày đôi, ngày đầu hoặc cuối tháng) có tỉ lệ nhấn xem nội dung (CTR) cao gấp **2.5 đến 3.2 lần so với ngày thường**.

*OA của doanh nghiệp có 100.000 người Quan tâm, mỗi người quan tâm có thể nhận tối đa 06 tin Truyền thông/tháng. Như vậy, doanh nghiệp có thể tiết kiệm mức chi phí tương đương với khoảng 600.000 tin nhắn.

NGÀNH Y TẾ - DƯỢC PHẨM



Tỷ lệ người quan tâm theo nhóm tuổi (%):

- 18 - 24t | 12.6%
- 45 - 54t | 15.9%
- 24 - 34t | 32.5%
- 55 - 64t | 8.5%
- 35 - 44t | 27.4%
- 65t trở lên | 3%

Tỷ lệ người quan tâm theo giới tính (%): 41% ♂ - 59% ♀

KẾT QUẢ TỪ PHÂN TÍCH SỐ LIỆU CHO THẤY:

- ✦ Các Doanh nghiệp ngành Y tế - Dược phẩm có xu hướng sử dụng Zalo OA để tư vấn khách hàng qua chat (với nhân viên hoặc chat bot). Khi khách hàng bắt đầu tương tác, **90%** số phiên chat được phản hồi trong vòng 24 giờ.
- ✦ Do đặc thù ngành hàng, người dùng có nhu cầu gọi đến OA ngành Y tế để được trao đổi trực tiếp, với số cuộc gọi đến OA (inbound) chiếm khoảng **84% tổng số cuộc gọi** của ngành. Các OA đang khai thác tốt tính năng gọi thoại có thể tiết kiệm chi phí dành cho việc chăm sóc khách hàng từ cả hai chiều gọi vào và gọi ra.
- ✦ **60% số thông báo** gửi từ các ZOA ngành này là dành cho mục đích cập nhật hành trình Y tế (Đặt lịch hẹn, Xác nhận lịch hẹn, Trả kết quả, Nhắc nhở lịch, Đánh giá chất lượng dịch vụ,...)

KẾT LUẬN

Từ những quan sát và phân tích của Zalo Official Account trong báo cáo này, có thể thấy nhu cầu tương tác trực tuyến của khách hàng không chỉ dừng lại ở việc được nhận thông tin, mà còn là nhu cầu được lắng nghe, thấu hiểu và chăm sóc tại từng giai đoạn của hành trình trải nghiệm. Để đáp ứng được kỳ vọng ngày càng cao từ khách hàng, Doanh nghiệp cần có những chiến lược và hành động lấy khách hàng làm trung tâm, đặc biệt là duy trì mối quan hệ thông qua các kênh tương tác như Zalo Official Account, nhằm hướng tới mục tiêu nâng cao mức độ hài lòng với doanh nghiệp. Cụ thể, quý Doanh nghiệp nên tận dụng các nguồn lực và công cụ để tối ưu các hoạt động:

- ▶ Tạo điều kiện để khách hàng tiếp cận và tương tác với ZOA
- ▶ Đảm bảo nội dung của ZOA phong phú, cập nhật, đưa đến thông tin hữu ích cho khách hàng
- ▶ Duy trì tương tác bền vững, tránh gián đoạn và đứt gãy
- ▶ Lắng nghe ý kiến phản hồi để không ngừng cải thiện dịch vụ
- ▶ Tập trung và đồng bộ dữ liệu từ ZOA với hệ thống nội bộ để mang lại trải nghiệm cá nhân hóa cho khách hàng

Đồng hành cùng doanh nghiệp thực hiện sứ mệnh và mục tiêu nâng cao trải nghiệm khách hàng, Zalo Official Account sẽ tiếp tục phát triển, hoàn thiện giải pháp và các tính năng, nhằm phục vụ tốt nhất cho Doanh nghiệp trong việc thiết kế, vận hành và theo dõi hiệu quả của các chiến dịch cũng như hoạt động tương tác. Chúng tôi cũng sẽ đưa đến quý Doanh nghiệp những thông tin, hiểu biết từ các số liệu của nền tảng thông qua các báo cáo định kỳ tương tự như ấn phẩm này. Chúng tôi mong muốn nhận được phản hồi, đóng góp từ quý độc giả và Doanh nghiệp để bổ sung cho các ấn phẩm tiếp theo. Mọi chi tiết vui lòng liên hệ BQT Zalo Official Account tại các kênh hỗ trợ.

LIÊN HỆ



Tìm hiểu giải pháp Zalo Official Account tại:
oa.zalo.me



Thắc mắc và Liên hệ hợp tác:
oa@zalo.me

