



MAKING LEADERS  
SUCCESSFUL EVERY DAY



## CHUỖI CHƯƠNG TRÌNH QUẢN TRỊ THẺ

## KINH DOANH THẺ HIỆU QUẢ TRONG THỊ TRƯỜNG BIẾN ĐỘNG

### Khóa 1

DÀNH CHO LÃNH ĐẠO NGÂN HÀNG

**KINH DOANH THẺ HIỆU QUẢ TRONG THỊ TRƯỜNG BIẾN ĐỘNG**

### Khóa 2

DÀNH CHO CÁN BỘ TRUNG TÂM THẺ

**KỸ NĂNG TÁC NGHIỆP VÀ ĐIỀU HÀNH HOẠT ĐỘNG  
TRUNG TÂM THẺ HIỆN ĐẠI**

### Khóa 3

DÀNH CHO CHỦ DOANH NGHIỆP, QUẢN LÝ CHUỖI BÁN LẺ  
**ỨNG DỤNG THẺ ĐỂ PHÁT TRIỂN KHÁCH HÀNG  
VÀ KINH DOANH HIỆU QUẢ**

ĐỒNG TỒ CHỨC:

BẢO TRỢ THÔNG TIN:

## LỜI MỞ ĐẦU

Từ khi Visa mở đại lý thanh toán tại Việt nam vào năm 1990 đến nay, giá trị thanh toán qua thẻ toàn quốc hiện tại chỉ mới chiếm 3% - 5% tổng doanh thu bán lẻ; trong đó hơn 90% từ khách du lịch quốc tế. Tổng số thẻ đã phát hành đến nay vào khoảng 10% dân số Việt nam, chưa kể số thẻ thực sự “sống” trên thị trường của hơn 20 ngân hàng tham gia phát hành thẻ hiện tại. Một thị trường thẻ còn đầy tiềm năng và đầy thách thức phía trước. Các ngân hàng đều tìm cách mở rộng các phương thức tiếp thị phát hành, xây dựng quan hệ lâu dài với các đơn vị chấp nhận thẻ (ĐVCNT) và rất cần đến kinh nghiệm quốc tế và hiểu biết thị trường nội địa để việc kinh doanh thẻ và chăm sóc khách hàng thẻ đạt hiệu quả.

**“Kinh doanh thẻ hiệu quả trong thị trường biến động”** thực sự là một dấu hỏi lớn cho các Ngân hàng Việt Nam và các ĐVCNT hiện nay, và sắp tới là cách nắm bắt cơ hội trước một thị trường còn đến gần 80 triệu người, tương đương khoảng 90% dân số chưa có thẻ. Liệu ứng dụng công nghệ có phải là lời giải đáp tốt hay các đáp án tài chính và tiếp thị sẽ là phương án phù hợp hơn? Các phương án nào, được phối hợp ra sao để đúc kết thành một tầm nhìn phát triển chiến lược cho lãnh đạo các trung tâm thẻ?

**“Kỹ năng tác nghiệp và điều hành hoạt động trung tâm thẻ hiện đại”** lại là một vấn đề lớn khác cho cán bộ TT Thẻ Ngân hàng trong giai đoạn ngân hàng “trăm hoa đua nở”, nhân sự thiếu, điều kiện bồi dưỡng, đào tạo nâng cao kiến thức, trao đổi chuyên môn, tác nghiệp không nhiều; trong khi áp lực đẩy nhanh dịch vụ phát hành và thanh toán thực sự là một gánh nặng cho bất kỳ ngân hàng nào muốn mở rộng phát triển và nâng cao năng lực cạnh tranh trong thị trường thẻ.

**“Ứng dụng thẻ để phát triển khách hàng và kinh doanh hiệu quả”** là một đề tài cực kỳ quan trọng cho bất cứ đơn vị chấp nhận thẻ nào để vượt qua sự ngộ nhận về dịch vụ thẻ là một lĩnh vực của riêng ngân hàng. Khai thác khách hàng chủ thẻ là một lợi thế rất lớn cho đơn vị, không những thế, cửa hàng còn có thể chủ động phát hành thẻ cho riêng mình như một công cụ tiếp thị và chăm sóc khách hàng trung thành là nền tảng để doanh nghiệp phát triển bền vững.



**Chương trình đào tạo chuyên về kinh doanh và kỹ thuật tác nghiệp thẻ của VCG Education tập trung cung cấp các kinh nghiệm, kỹ năng và chuyên môn cụ thể trong lĩnh vực kinh doanh, phát triển thị trường thẻ. Chương trình tập trung mang đến những nội dung cần thiết và thực tế trên thị trường cho lãnh đạo, chuyên viên của ngân hàng muốn phát triển thẻ cho đơn vị mình tại Việt nam.**

**Các chuyên gia quốc tế của chúng tôi là thành viên sáng lập của Hiệp hội thẻ Hoa Kỳ (ABA), là các lãnh đạo và cố vấn của các trung tâm thẻ hàng đầu thế giới, và là giảng viên của học viện kinh doanh thẻ quốc tế Visa. Các giảng viên trong nước là chuyên viên, lãnh đạo các trung tâm thẻ hoặc các đơn vị kinh doanh phân phối dịch vụ thẻ, hiện đang cung cấp các giải pháp công nghệ trong 10 năm qua cho các ngân hàng tại Việt nam, tốt nghiệp chuyên ngành thẻ của ABA, các học viện MBA và ICT danh tiếng thế giới.**



## PHÁT TRIỂN

Cùng thị trường thẻ ngân hàng

### LỢI ÍCH CHO NGƯỜI THAM GIA

- Nắm bắt xu hướng thị trường thẻ quốc tế và Việt Nam, nhận diện các điểm mạnh, điểm yếu để xây dựng chiến lược quản lý, kinh doanh phát triển thị trường phát hành và thanh toán thẻ tại Việt nam đạt hiệu quả.
- Hệ thống hóa kiến thức, quy trình, nghiệp vụ thanh toán thẻ và các kinh nghiệm kinh doanh, quản lý thẻ thực tế tại Việt Nam và quốc tế.
- Cung cấp kiến thức, kỹ năng chuyên môn về nghiệp vụ phát hành và thanh toán thẻ trong từng giai đoạn, phù hợp với quy mô và chiến lược phát triển thẻ của ngân hàng trong tình hình hiện nay.
- Hiểu biết về kinh nghiệm phát triển, lịch sử và vòng đời của các sản phẩm thẻ ngân hàng và các chu kỳ phát triển tại các nước trên thế giới so với thị trường Việt nam.

### LỢI ÍCH CHO TỔ CHỨC CỬ CÁN BỘ ĐI HỌC

Chương trình đào tạo kinh doanh thẻ chuyên nghiệp của VCG Education là một chương trình độc đáo, và là bổ sung cần thiết cho các chương trình đào tạo ngân hàng hiện có tại các trường đại học ở Việt nam, với các mục tiêu chính như sau:

- **Hỗ trợ kiến thức chuyên môn cho các cán bộ TT Thẻ để phục vụ cho việc kinh doanh hiệu quả tại ngân hàng và các doanh nghiệp kinh doanh thẻ phi ngân hàng**
- **“Bắc cầu” kiến thức và kinh nghiệm chuyên môn** cho các nhân viên thẻ mới nhanh chóng hòa nhập vào đội ngũ kinh nghiệm sẵn có tại TT Thẻ
- **Cung ứng “cán bộ nguồn” có thực lực cho các TT Thẻ**, sẵn sàng bổ sung kịp thời cho việc mở rộng phát triển kinh doanh thẻ chuyên nghiệp và thành công của TT Thẻ trong hiện tại và tương lai.



## ĐỐI TÁC CHÍNH CỦA VCG EDUCATION

**TRONG NƯỚC:** Phòng Thương mại và Công Nghiệp Việt Nam, Hiệp Hội Thẻ Ngân Hàng Việt Nam, Hội Tư Vấn Khoa Học Công Nghệ và Quản Lý Thành Phố Hồ Chí Minh, Hiệp hội Du lịch Thành Phố Hồ Chí Minh, Hiệp Hội Du Lịch ĐBSCL, Đại Học Quốc Gia TP.HCM, Ngân hàng Vietcombank.

**NGOÀI NƯỚC:** Hiệp hội Ngân Hàng Mỹ ABA, Tập đoàn Tư vấn Ngân hàng Auriemma-Hoa kỳ, Đại học Georgetown, Tập đoàn Giáo dục Laureate (42 trường đại học ở 20 quốc gia), Tập Đoàn Công Nghệ Du Lịch Giải Trí Genting.

## CỐ VẤN CHÍNH CỦA VCG EDUCATION - BANKING

**TRONG NƯỚC:** Bà Nguyễn Thu Hà, Chủ Tịch Hiệp Hội Thẻ, Phó Tổng Giám Đốc Ngân Hàng Cổ phần Ngoại Thương Việt nam, Chủ tịch HĐQT Công ty chuyển mạch thẻ Smarlink. Bà Hà tốt nghiệp Thạc sỹ ngành quản trị kinh doanh theo chương trình Fulbright tại đại học Georgetown, USA.

**NGOÀI NƯỚC:** Ông Michael Auriemma, chủ tịch HĐQT tập đoàn tư vấn tài chính ngân hàng Auriemma. Ông là đồng tác giả nhiều sách giáo khoa và bài viết về quản trị thẻ được sử dụng trong các tạp chí “Thẻ và dịch vụ Thanh toán” và Học viện thẻ ngân hàng America (American School of Bankcard Management) thuộc Hiệp hội Ngân Hàng Mỹ ABA.

## TÓM TẮT NỘI DUNG CHƯƠNG TRÌNH

- Chiến lược phát triển thị trường thẻ ngân hàng trong thị trường mới nổi (emerging) dưới ảnh hưởng khủng hoảng tài chính toàn cầu (crisis) và biến động (volatility)
- Nghiệp vụ và kinh nghiệm phát hành thẻ hiệu quả, từ xây dựng sản phẩm, thương hiệu đến dịch vụ khách hàng
- Gói sản phẩm – nội địa và quốc tế
- Phát triển thị trường chấp nhận thẻ
- Vấn đề bảo mật thông tin hệ thống và dữ liệu khách hàng
- Đạo đức và cạnh tranh trong kinh doanh
- Các bài tập tình huống trong và ngoài nước
  1. Nghiên cứu tình huống tại một ngân hàng phát hành thẻ
  2. Nghiên cứu kinh tế-giải pháp, mô hình Trung Quốc, thực trạng vỡ nợ tín dụng tại Mỹ.

## NHỮNG AI NÊN THAM DỰ CÁC KHÓA HỌC NÀY

**a. Các cán bộ lãnh đạo** hiện đang công tác tại:

- Các Trung tâm thẻ, công ty thẻ
- Bộ phận kinh doanh phát hành thẻ
- Dịch vụ thanh toán thẻ
- Phòng ICT, hoặc IT dịch vụ thẻ
- Doanh nghiệp cung cấp thiết bị thanh toán hoặc dịch vụ thẻ thuê ngoài
- Đối tác cung ứng thiết bị kinh doanh thẻ ngân hàng
- Các doanh nghiệp kinh doanh bán lẻ

**b. Các chuyên viên** thuộc các lĩnh vực liên quan đến thẻ bao gồm:

- Nghiên cứu và phát triển sản phẩm (R&D)
- Phân tích tài chính và tín dụng thẻ nhân
- Phát triển nguồn nhân lực thẻ và ngân hàng bán lẻ
- Quản trị tiếp thị và khuyến mãi
- Giải pháp công nghệ, sản phẩm và dịch vụ thông tin



## NƠI HỘI TỤ

Những chuyên gia về thẻ

### BAN GIẢNG HUẤN VÀ DIỄN GIẢ

#### Ông CHU VIỆT CƯỜNG

Thạc sĩ quản trị kinh doanh tại đại học MIT, Boston, Hoa kỳ  
Nguyên Giám đốc dịch vụ E-Banking/Card Ngân hàng ANZ  
Giảng viên môn chiến lược tiếp thị dịch vụ thẻ ngân hàng



#### Ông NGUYỄN XUÂN DŨNG

Thạc sĩ quản trị kinh doanh đại học Lincoln, San Francisco, Hoa kỳ  
Giảng viên Đại học Quốc Gia, khoa CNTT  
Giám đốc Công nghệ Công ty Tư Vấn Việt Nam  
Giảng viên môn Thẻ Prepaid và Loyalty



#### Ông ĐOÀN HỮU ĐỨC

Thạc sĩ quản trị kinh doanh tại đại học Kellogg, Chicago, Hoa kỳ  
Chứng nhận Quản trị thẻ American Bankers Association, Hoa kỳ  
Giám đốc Công ty Tư Vấn Việt nam  
Giảng viên môn Mô phỏng Thực tế ảo Thị Trường Thẻ



#### Ông HUỖNH SONG HÀO

Phó giám đốc Ngân Hàng Ngoại Thương, chi nhánh TP. Hồ Chí Minh  
Nguyên Trưởng Phòng Thẻ VCB giai đoạn 2003-2008



#### Bà NGUYỄN THỊ PHƯƠNG THẢO

Thạc sĩ quản trị kinh doanh tại đại học Monash, Melbourne, Australia  
Chứng nhận cao cấp đào tạo quản trị thẻ của tổ chức Visa  
Nguyên giảng viên đào tạo phát hành thẻ của Trung Tâm Thẻ VCB  
Phó Tổng giám đốc công ty cổ phần chứng khoán SME  
Giảng viên môn Cấp phép, thanh toán bù trừ, quyết toán thanh toán thẻ



## GIẢNG VIÊN NƯỚC NGOÀI



### MATT SIMESTER

**GIÁM ĐỐC CHI NHÁNH TẬP ĐOÀN TƯ VẤN  
AURIEMMA CONSULTING GROUP (ACG) TẠI LONDON**

Matt Simester là Giám đốc chi nhánh London (Vương quốc Anh) của Tập đoàn Tư vấn Auriemma (Mỹ). Với gần 20 năm kinh nghiệm trong ngành dịch vụ tài chính, ông nổi tiếng như một chiến lược gia hàng đầu trong ngành thanh toán thẻ, các hoạt động bán hàng, phân phối sản phẩm và các kỹ năng để xây dựng, triển khai các chiến lược đem lại lợi nhuận cao. Matt khởi nghiệp tại Bộ phận dịch vụ tài chính của Thời báo kinh tế nổi tiếng thế giới The Economist Intelligent Unit (EIU). Ông đã phát triển các chiến lược tiếp thị và phân phối trên toàn châu Âu. Ngoài ra, ông còn tham gia triển khai các dịch vụ tài chính của Công ty tư vấn dịch vụ công nghệ và tài chính hàng đầu thế giới Accenture. Với mong muốn tận dụng những kỹ năng về marketing và chiến lược vào lĩnh vực chuyên môn về dịch vụ tài chính, ông đã gia nhập Ngân hàng Thương mại Alliance & Leicester. Sau đó, ông Matt trở thành Giám đốc điều hành của một liên doanh của Barclaycards, ông phụ trách các sản phẩm giá trị gia tăng và các chiến lược thâm nhập thị trường. Tại công ty Tư vấn Auriemma, Ông Matt lãnh đạo việc tư vấn cho các loại thẻ thanh toán hàng đầu thế giới và các tổ chức để đem đến cho khách hàng những lựa chọn tối ưu nhất trước những sự thách thức của một thị trường kinh tế đầy biến động. Matt là giảng viên thỉnh giảng của Trường Thương mại Visa và một số hội nghị chuyên đề quan trọng. Ông tốt nghiệp đại học nổi tiếng Anglia Ruskin, một trong những trường đại học lớn nhất của Anh Quốc.



### MEGAN BRAMLETTE

**PHÓ GIÁM ĐỐC ĐIỀU HÀNH TẬP ĐOÀN TƯ VẤN  
AURIEMMA CONSULTING GROUP (ACG) TẠI LONDON**

Megan Bramlette phụ trách chi nhánh London của tập đoàn tư vấn tài chính Auriemma, chuyên hỗ trợ phát triển thị trường châu Âu song song với công tác nghiên cứu. Một trong những nhiệm vụ quan trọng của Megan là biên tập Bản tin Nghiên cứu thị trường thẻ Cardbeat chuyên cung cấp thông tin khảo sát thị trường về hành vi khách hàng, dịch vụ tài chính khách hàng, quản trị rủi ro, tình hình tín dụng và phát triển thương hiệu thẻ khách hàng và thẻ ngân hàng các loại. Megan đã từng giữ nhiều vị trí quan trọng tại Citibank từ quản trị rủi ro, phát triển sản phẩm mới, quản trị tín dụng, và xây dựng thương hiệu cho các loại sản phẩm thẻ. Trong lĩnh vực quản trị rủi ro, Megan đã từng phụ trách việc chuyển đổi sản phẩm thẻ của doanh nghiệp bán lẻ Home Depot nổi tiếng sang hạ tầng Citibank. Megan cũng đã quản trị các sản phẩm thẻ tín dụng cho Amazon.com, American Airlines. Megan đã từng triển khai nhiều dự án dịch vụ thanh toán thẻ cho các đơn vị bán lẻ sử dụng các kênh truyền thông như telemarketing, tổ chức sự kiện, và tiếp thị trực tiếp qua truyền hình. Kinh nghiệm chủ đạo xuyên suốt sự nghiệp của Megan là sự kết hợp hoàn hảo giữa các kỹ năng phân tích và xử lý tình huống để thực hiện thành công nhiều mục đích kinh doanh. Megan tốt nghiệp đại học nổi tiếng Columbia ngành kỹ thuật công nghiệp, hiện cũng tham gia thiết kế và điều phối các chương trình đào tạo thẻ tại học viện thẻ Hoa Kỳ thuộc ABA.

## DÀNH CHO LÃNH ĐẠO NGÂN HÀNG

# KINH DOANH THẺ HIỆU QUẢ TRONG THỊ TRƯỜNG BIẾN ĐỘNG

### 1. NGHIÊN CỨU CHIẾN LƯỢC PHÁT TRIỂN THẺ TRẢ TRƯỚC

Học tập mô hình sản phẩm thẻ kinh doanh đang phát triển, được xem như “sản phẩm bán lẻ” trong các sản phẩm thẻ hiện tại – Tín Dụng, Ghi Nợ, Trả Trước. Xem xét, đánh giá tính hiệu quả và cân đối tỷ lệ đầu tư trong gói các sản phẩm tín dụng qua thẻ:

- Nội dung sản phẩm căn bản và xác định các cơ sở phát triển sản phẩm
- Nghiên cứu chuyên sâu về các tiện ích, các giá trị tiếp thị và cơ hội của thị trường
- Nghiên cứu chiến lược phát triển sản phẩm và quản trị kinh doanh

### 2. CHIẾN LƯỢC PHÁT HÀNH THẺ HIỆU QUẢ

Nghiên cứu các nguồn thu, chi phát sinh trong lĩnh vực phát hành thẻ và các gói sản phẩm thẻ. Phân tích các định hướng thị trường, các mối quan hệ văn hóa xã hội và xu hướng tiêu dùng ảnh hưởng đến quá trình phát hành và kinh doanh thẻ, đưa ra các mô hình chuẩn về loại thẻ chi phí thấp, giá trị cao và tồn tại độc lập:

- Các yếu tố quyết định lợi nhuận, các mô hình lãi/lỗ khi kinh doanh các loại thẻ ngân hàng nội địa và quốc tế
- Các yếu tố thị trường ảnh hưởng, tác động đến các loại sản phẩm thẻ khác nhau
- Các “chìa khóa thành công” và tính liên đới của các yếu tố này trong công tác phát hành thẻ

### 3. THỰC TRẠNG VÀ CHIẾN LƯỢC THẺ KHÁCH HÀNG THÂN THIẾT

Thẻ khách hàng thân thiết là sản phẩm chính của các doanh nghiệp bán lẻ để phát triển thu hút khách hàng mới và chăm sóc khách hàng hiện tại. Nghiên cứu các biến hóa của các chương trình tiếp thị, phương pháp tiếp thị dựa trên nền tảng thẻ khách hàng thân thiết, làm sao để thu hút khách hàng tham gia và phát triển kinh doanh theo hình thức “bắt cầu”:

- Các tính năng, tiện ích và đặc điểm cơ bản của thẻ khách hàng
- Nghiên cứu xu hướng tiêu dùng và thói quen khách hàng hướng đến sử dụng thẻ trong giai đoạn kinh tế biến động
- Nghiên cứu các chiến lược phát triển, các gói sản phẩm và dịch vụ giá trị gia tăng kèm theo, nghệ thuật kinh doanh và phát triển doanh thu khách hàng

### 4. PHÂN TÍCH LỢI THẾ CẠNH TRANH TỪ DỊCH VỤ KHÁCH HÀNG

Một chiến lược tập trung vào nâng cao dịch vụ khách hàng khai thác các mong đợi của chủ thẻ với kế hoạch kinh doanh và gia tăng lợi nhuận. Kiểm chứng các phương án tiếp cận khác nhau với các nhóm khách hàng khác nhau theo định hướng phát triển doanh thu:

- Kiểm chứng các phương pháp phát triển dịch vụ phục vụ khách hàng theo định hướng gia tăng doanh thu
- Tìm hiểu các chiến lược “dịch vụ gợi ý” dựa trên thói quen tiêu dùng và nhu cầu khách hàng hiện tại
- Giới thiệu các phương pháp đo lường dịch vụ hiệu quả tại các Trung Tâm Dịch Vụ (Contact Center).

## DÀNH CHO CÁN BỘ TRUNG TÂM THẺ

# KỸ NĂNG TÁC NGHIỆP VÀ ĐIỀU HÀNH HOẠT ĐỘNG TRUNG TÂM THẺ HIỆN ĐẠI

### 1. THỊ TRƯỜNG THẺ NGÂN HÀNG NGÀY NAY

Tìm hiểu thị trường thẻ ngân hàng Việt Nam hiện nay, phân tích những điểm mạnh, yếu của kinh tế thị trường Việt Nam, mối liên hệ giữa ngân hàng và hành vi tiêu dùng của khách hàng nội địa, quốc tế, nhằm:

- Phân tích ưu, khuyết điểm của thị trường thẻ tại Việt Nam
- Xu hướng, hành vi tiêu dùng của khách hàng nội địa và quốc tế
- Duy trì, cải tiến và phát triển sản phẩm và dịch vụ thanh toán thẻ tại Việt Nam

### 2. ĐỊNH VỊ SẢN PHẨM VÀ XÂY DỰNG THƯƠNG HIỆU THẺ

Tìm hiểu các phương pháp tiếp thị và tiếp cận khách hàng mới trong quan hệ của thị trường cạnh tranh, cách xác định khách hàng tiềm năng, khám phá các kênh phân phối và cách tiếp cận khác biệt, cách như đo lường hiệu quả tiếp thị:

- Cách xây dựng chiến lược cho thị trường mục tiêu
- Xem xét “nên” và “không nên” trong các phương án tiếp thị
- Cách nâng cao lợi nhuận, giảm rủi ro, xây dựng mối quan hệ gắn bó của khách hàng
- Các chiêu thức khuyến mãi tình thế, ngắn hạn để đạt chỉ tiêu kinh doanh
- Trao đổi kinh nghiệm về lợi thế cạnh tranh của mỗi đơn vị để tạo khác biệt trong tiếp thị và kinh doanh thẻ ở các thị trường khác nhau.

### 3. CHIẾN LƯỢC PHÁT HÀNH THẺ HIỆU QUẢ

Nghiên cứu các nguồn thu, chi phát sinh trong lĩnh vực phát hành thẻ và các gói sản phẩm thẻ. Phân tích các định hướng thị trường, các mối quan hệ văn hóa xã hội và xu hướng tiêu dùng ảnh hưởng đến quá trình phát hành và kinh doanh thẻ, đưa ra các mô hình chuẩn về loại thẻ chi phí thấp, giá trị cao và tồn tại độc lập:

- Các yếu tố quyết định lợi nhuận, các mô hình lãi/lỗ khi kinh doanh các loại thẻ ngân hàng nội địa và quốc tế
- Các yếu tố thị trường ảnh hưởng, tác động đến các loại sản phẩm thẻ khác nhau
- Các “chìa khóa thành công” và tính liên đới của các yếu tố này trong công tác phát hành thẻ

### 4. TIẾP THỊ PHÁT TRIỂN ĐVCNT THẺ

Học tập các lợi nhuận và rủi ro liên đới trong kinh doanh dịch vụ thanh toán thẻ nội địa và quốc tế tại các ĐVCNT. Trao đổi về phân loại các ĐVCNT, các mô hình kinh doanh lợi nhuận và các vấn đề giải pháp kỹ thuật liên quan:

- Giới thiệu các bước tiếp cận và bài học thành công
- Giới thiệu qui trình, nghiệp vụ thanh toán thẻ
- Giải thích và phân tích các rủi ro và lợi nhuận trong phát triển ĐVCNT
- Phân loại các ĐVCNT và xác định các phương án tiếp cận, quản lý và phát triển doanh số thông qua dịch vụ khách hàng và dịch vụ giá trị gia tăng công nghệ.

## 5. CẤP PHÉP, THANH TOÁN BÙ TRỪ, QUYẾT TOÁN THANH TOÁN

Xử lý các vấn đề liên quan đến tiền và thông tin giữa ngân hàng phát hành, ngân hàng thanh toán và các mạng lưới thông qua hệ thống xử lý thanh toán, bao gồm cả thanh toán bù trừ:

- Cấp phép
- Thanh toán bù trừ, quyết toán thanh toán
- Xử lý tất cả các vấn đề liên quan đến tài chính và những phần ngoại lệ
- Phí thanh toán

## 6. BẢO MẬT HỆ THỐNG, RỦI RO TÍN DỤNG QUA THẺ

Dịch vụ thẻ luôn đi kèm với các rủi ro, lừa đảo thẻ tín dụng và vấn đề bảo mật thông tin luôn là đề tài quan tâm hàng đầu của bất kỳ lãnh đạo hay nhân viên ngân hàng chuyên trách nào. Các chuyên viên kỹ thuật của bảo mật hệ thống và quản trị rủi ro sẽ chia sẻ trực tiếp các vấn đề chính và các phương pháp phòng vệ theo tầng lớp dựa trên công nghệ và kinh nghiệm tổ chức:

- Mô hình “cân nhắc” về tỷ lệ rủi ro và lợi nhuận
- Nhận thức các nguy cơ và các biện pháp phòng ngừa, các giải pháp bảo mật chính yếu
- Các ứng dụng công nghệ, các mẫu hacker và chuyên viên lừa đảo

## 7. GIỚI THIỆU MÔ HÌNH THẺ TRẢ TRƯỚC

Hiểu rõ mô hình sản phẩm thẻ kinh doanh đang phát triển, được xem như “sản phẩm bản lề” trong các sản phẩm thẻ hiện tại – Tín Dụng, Ghi Nợ, Trả Trước. Xem xét tính hiệu quả và cân đối tỷ lệ đầu tư trong gói các sản phẩm tín dụng qua thẻ:

- Nội dung sản phẩm căn bản và xác định các cơ sở phát triển sản phẩm
- Trao đổi về các tiện ích, các giá trị tiếp thị và cơ hội của thị trường
- Tìm hiểu mô hình phát triển sản phẩm Thẻ trả trước

## 8. GIỚI THIỆU MÔ HÌNH SẢN PHẨM THẺ KHÁCH HÀNG THÂN THIẾT

Thẻ khách hàng thân thiết là sản phẩm chính của các doanh nghiệp bán lẻ để phát triển thu hút khách hàng mới và chăm sóc khách hàng hiện tại. Học biết các biến hóa của các chương trình tiếp thị dựa trên nền tảng thẻ khách hàng thân thiết, làm sao để thu hút khách hàng tham gia và phát triển kinh doanh theo hình thức “bắc cầu”:

- Các tính năng, tiện ích và đặc điểm cơ bản của thẻ khách hàng
- Tìm hiểu xu hướng tiêu dùng và thói quen khách hàng hướng đến sử dụng thẻ trong giai đoạn kinh tế biến động
- Giới thiệu các chiến lược phát triển, các gói sản phẩm và dịch vụ giá trị gia tăng kèm theo.

## 9. LỢI THẾ CẠNH TRANH TỪ DỊCH VỤ KHÁCH HÀNG

Một chiến lược tập trung vào nâng cao dịch vụ khách hàng khai thác các mong đợi của chủ thẻ với kế hoạch kinh doanh và gia tăng lợi nhuận. Kiểm chứng các phương án tiếp cận khác nhau với các nhóm khách hàng khác nhau theo định hướng phát triển doanh thu:

- Kiểm chứng các phương pháp phát triển dịch vụ phục vụ khách hàng theo định hướng gia tăng doanh thu
- Tìm hiểu các phương thức “dịch vụ gợi ý” dựa trên thói quen tiêu dùng và nhu cầu khách hàng hiện tại
- Giới thiệu các phương pháp đo lường dịch vụ hiệu quả tại các Trung tâm liên hệ dịch vụ (Contact Center)

DÀNH CHO CHỦ DOANH NGHIỆP, QUẢN LÝ CHUỖ BÁN LẺ

## ỨNG DỤNG THẺ ĐỂ PHÁT TRIỂN KHÁCH HÀNG VÀ KINH DOANH HIỆU QUẢ

### 1. LỢI ÍCH CỦA VIỆC PHÁT HÀNH VÀ THANH TOÁN THẺ

Nghiên cứu các nguồn thu, chi phát sinh trong lĩnh vực phát hành thẻ và các gói sản phẩm thẻ. Phân tích các định hướng thị trường, các mối quan hệ văn hóa xã hội và xu hướng tiêu dùng ảnh hưởng đến quá trình phát hành và kinh doanh thẻ, đưa ra các mô hình chuẩn về loại thẻ chi phí thấp, giá trị cao và tồn tại độc lập:

- Các yếu tố quyết định lợi nhuận, các mô hình lãi/lỗ khi kinh doanh các loại thẻ ngân hàng nội địa và quốc tế
- Các yếu tố thị trường ảnh hưởng, tác động đến các loại sản phẩm thẻ khác nhau
- Các “chìa khóa thành công” và tính liên đới của các yếu tố này trong công tác phát hành thẻ

### 2. GIỚI THIỆU MÔ HÌNH SẢN PHẨM THẺ KHÁCH HÀNG THÂN THIẾT

Thẻ khách hàng thân thiết là sản phẩm chính của các doanh nghiệp bán lẻ để phát triển thu hút khách hàng mới và chăm sóc khách hàng hiện tại. Hiểu rõ các biến hóa của các chương trình tiếp thị dựa trên nền tảng thẻ khách hàng thân thiết, làm sao để thu hút khách hàng tham gia và phát triển kinh doanh theo hình thức “bắt cầu”

- Các tính năng, tiện ích và đặc điểm cơ bản của thẻ khách hàng
- Tìm hiểu xu hướng tiêu dùng và thói quen khách hàng hướng đến sử dụng thẻ trong giai đoạn kinh tế biến động tại Việt Nam
- Giới thiệu các mô hình phát triển, các gói sản phẩm và dịch vụ giá trị gia tăng kèm theo, nghệ thuật kinh doanh và phát triển doanh thu khách hàng

### 3. GIỚI THIỆU MÔ HÌNH THẺ TRẢ TRƯỚC

Hiểu rõ mô hình sản phẩm thẻ kinh doanh đang phát triển, được xem như “sản phẩm bán lẻ” trong các sản phẩm thẻ hiện tại – Tín Dụng, Ghi Nợ, Trả Trước.

- Nội dung sản phẩm căn bản và xác định các cơ sở phát triển sản phẩm
- Trao đổi về các tiện ích, các giá trị tiếp thị và cơ hội của thị trường
- Tìm hiểu mô hình phát triển sản phẩm Thẻ trả trước