



TRƯỜNG CAO ĐẲNG KINH TẾ THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH
HO CHI MINH COLLEGE OF ECONOMICS

ĐẠO ĐỨC KINH DOANH

Nhóm 6

- Lan Hương
- Minh Tâm
- Ngọc Ngân
- Minh Thư
- Hữu Tài



Những vấn đề đạo đức đối với khách hàng

0

1

Nguyên tắc –
chuẩn mực đạo
đức với khách
hàng

02

Lợi ích khi thực
hiện các nguyên
tắc – chuẩn mực

03

Hành vi phi đạo
đức với khách
hàng

04

Hậu quả khi thực
hiện hành vi phi
đạo đức

Khách hàng

Phát triển nguồn tài chính cho doanh nghiệp

Là người sử dụng
hàng hóa, dịch vụ



Đánh giá chất lượng
sản phẩm, dịch vụ



Nguyên tắc - chuẩn mực đạo đức với khách hàng



Trung Thực

Không dùng các thủ đoạn gian dối, xảo trá để kiếm lời. Giữ lời hứa, giữ chữ tín trong kinh doanh. Biết thừa nhận sai lầm.



Tôn trọng

Tôn trọng nhu cầu, sở thích và tâm lý khách hàng.



Lắng nghe

Để biết rõ họ sẽ phản ứng như thế nào luôn là một công cụ hữu hiệu khi doanh nghiệp muốn sản phẩm hay kế hoạch xúc tiến kinh doanh trở nên hiệu quả hơn.

Chăm sóc

Việc chăm sóc khách hàng phải bắt nguồn từ sự cam kết của lãnh đạo cấp cao nhất và nhất quán trong mọi phòng ban.

Start

Finish



Sự trung thành của khách hàng



An tâm



Tin tưởng



Liên kết



Các hành vi phi đạo đức với khách hàng

Ví dụ: Vụ gian dối về giải thưởng của công ty điện tử LG Việt Nam diễn ra tại thành phố Hồ Chí Minh vào năm 2006.

Giải thưởng được đưa ra bao gồm chiếc xe Toyota trị giá gần 30.000 đô la (giải nhất), xe tải Hyundai 1,5 tấn (giải nhì), xe máy Honda Dylan (giải ba). Chương trình bốc thăm giải thưởng đang được diễn ra thì có một khách hàng tuyên bố lá phiếu 233 mà anh ta đang giữ cuống vé không có trong thùng phiếu. Ban tổ chức đã để khách hàng đó kiểm tra thùng. Quả nhiên trong thùng không có lá phiếu số 233. Và tất cả các tờ phiếu từ số 200 trở lên do một số người khác nắm giữ đều không có trong thùng.



Những chương trình bốc thăm trúng thưởng thiếu trung thực.