TẠP CHÍ ĐIỆN TỬ
THƯƠNG HIỆU & CÔNG LUẬN

Callio ra mắt chức năng Chat bán hàng đa kênh, giúp quản lý hàng nghìn đơn mỗi ngày

11:07 17/11/2023

Mới đây, Phần mềm Quản lý Kinh doanh tập trung Callio chính thức ra mắt tính năng chat bán hàng đa kênh, mang lại cho khách hàng một công cụ thông minh, tinh gọn, tiện lợi giám sát kinh doanh 24/7, khi có thể chat - gọi điện - tạo đơn trên một giao diện duy nhất.

Kỳ vọng tăng trưởng 5 lần lượng khách hàng sau 6 tháng

Xuất phát điểm là một phần mềm tổng đài trên mây, sau 3 năm ra đời, hiện Phần mềm Quản lý Kinh doanh tập trung Callio mỗi tháng có gần 2.000 khách hàng nạp tiền trả phí tự động là các đơn vị đối tác, doanh nghiệp cửa hàng... với trung bình mỗi ngày hơn 900.000 cuộc gọi. Đặc biệt, Callio cũng ghi nhận mức tăng trưởng với lượng khách và doanh số gấp đôi sau mỗi 6 tháng.

Mới đây, Phần mềm Quản lý Kinh doanh tập trung Callio đã ra mắt cụm chức năng Chat bán hàng tập trung nhằm mang lại giải pháp thông minh và tinh gọn cho các đơn vị kinh doanh. Từ đó, các nhà bán hàng dễ dàng quản lý và giám sát hàng nghìn đơn mỗi ngày.



Theo ông Nguyễn Nguyên Hùng, Giám đốc kinh doanh Callo, việc ra mắt cụm chức năng chat bán hàng sẽ giúp mở rộng độ phủ, đưa sản phẩm của mình cho nhiều đối tượng, nhóm khách hàng sử dụng hơn

Chia sẻ về lý do ra mắt tính năng mới này, ông Nguyễn Nguyên Hùng, Giám đốc Kinh doanh Phần mềm Quản lý Kinh doanh tập trung Callio cho biết, trước đây, công ty chủ yếu biết đến như một phần mềm CRM tương tác. Tuy nhiên, Callio mong muốn mở rộng độ phủ, đưa sản phẩm của mình cho nhiều đối tượng, nhóm khách hàng sử dụng hơn, nhất là các lĩnh vực thường xuyên giao tiếp với khách hàng thông qua chat đa kênh, tiêu biểu như nhà bán hàng trên các sàn thương mại điện tử, mạng xã hội... Điều này, đòi hỏi phải cho ra đời những công cụ, kênh tương tác mới phù hợp.

Tiếp theo, việc tương tác, chăm sóc khách hàng thông qua kênh chat như Facebook, Zalo... sẽ có chi phí thấp hơn rất nhiều so với kênh truyền thống như gọi điện, SMS. Do đó, việc ra mắt tính năng chat bán hàng đa kênh sẽ doanh nghiệp có thêm những công cụ tương tác mới, từ đó chuyển dịch, tối ưu hoá và giảm thiểu chi phí vận hành.

Cuối cùng, tính năng chat bán hàng mới giúp doanh nghiệp dễ dàng, trực quan hơn trong việc theo dõi những thông tin trao đổi khách hàng. Chưa kể, những thông tin tương tác trực tiếp cũng trở nên đa dạng hơn khi có thể gửi kèm file hình ảnh, đướng dẫn, văn bản...

”Bên cạnh chức năng gọi, việc cho ra đời tính năng chat bán hàng giúp đưa Callio trở thành một công cụ quản lý kinh doanh tập trung toàn diện. Từ đó,

Callio có thể hỗ trợ và đi cùng toàn bộ hành trình bán hàng của doanh nghiệp, người kinh doanh online”, ông Hùng nhấn mạnh.

Sau khi ra mắt tính năng chat bán hàng, Callio kỳ vọng sẽ tăng trưởng gấp 5 lần số lượng khách hàng so với hiện nay.

Chắt chiu từng cơ hội kinh doanh với phần mềm quản lý bán hàng đa kênh

Cụ thể, thông qua Callio, các nhà bán hàng có thể: Gom nhiều trang mạng xã hội như Facebook, Zalo.. lại với nhau để quản lý chung trên một phần mềm; Gom các luồng giao tiếp từ gọi điện, Facebook Zalo... để đồng bộ trên một khung chat duy nhất; ngoài ra Callio cũng cho phép tổng hợp, lưu trữ và trích xuất thông tin khách hàng đổ về từ tất cả các nền tảng bán hàng.

Ngoài ra, các nhà bán hàng sẽ tiết kiệm thời gian, chắt chiu từng cơ hội bán hàng bằng cách: Tự động định danh và tạo khách hàng mới; Tự động phân chia khách hàng cho nhân viên theo quy định tuỳ biến; Tự động đưa ra báo cáo chi tiết cơ hội bán hàng, tương tác khách hàng theo thời gian.

Bên cạnh giao diện đơn giản, dễ sử dụng, Callio cũng có thời gian triển khai ngắn nhất so với các đối thủ cạnh tranh, chỉ 30 phút để thiết lập không gian làm việc và sẵn sàng đi vào hoạt động.



> Cụm chức năng chat bán hàng sẽ các nhà kinh doanh online tiết kiệm thời gian, chắt chiu từng cơ hội bán hàng

Báo cáo “Triển vọng Kinh tế 2023” do Viện Kinh tế Mastercard thực hiện cho thấy, sự hiện diện đa kênh giúp tăng 6% doanh số bán hàng của ngành bán lẻ trong năm 2022. Trong giai đoạn giãn cách, các nhà hàng với quy mô lớn và nhỏ đã tránh được việc mất đi khoảng 31% doanh thu nhờ áp dụng hình thức hình thức đa kênh.

Tương tự, các doanh nghiệp thời trang nhỏ áp dụng bán hàng đa kênh cũng tăng trưởng nhanh hơn 10% so với các thương hiệu chỉ bán hàng trực tuyến và 26% so với các thương hiệu chỉ bán tại cửa hàng.

Trong bối cảnh hành trình mua hàng của người tiêu dùng giờ đây không còn là đường thẳng mà thông qua nhiều kênh khác nhau với rất nhiều điểm chạm, kết hợp giữa trực tiếp và trực tuyến. Vì vậy, việc kết hợp từ hai kênh bán hàng trở lên cùng với một công cụ quản lý kinh doanh thông minh và toàn diện đã trở thành “cửa sáng” cho doanh nghiệp trong giai đoạn khó khăn như hiện nay.

Việt Anh