

HỒ SƠ NỀN TẢNG & SẢN PHẨM · 2026



DBIZ AI CRM — Customer Engine

Một khách hàng

một hồ sơ duy nhất cho

doanh nghiệp AI-Native

25+ module nghiệp vụ · 60+ điểm chạm AI · 10+ kênh bán — từ lead đầu phễu đến dự
án triển khai và chăm sóc sau bán

d b i z

BẢO MẬT

Các thông tin dưới đây là thông tin bảo mật của Công ty Cổ phần Nền tảng Kinh doanh Số (DBIZ). Việc sử dụng, sao chép, truyền tải hoặc tái bản cho bất kỳ mục đích nào mà không có sự đồng ý trước bằng văn bản của DBIZ đều bị nghiêm cấm.

Mục lục

Tài liệu dành cho lãnh đạo doanh nghiệp: vì sao cần một nền tảng khách hàng thống nhất, DBIZ AI CRM phủ những nghiệp vụ nào, và AI được nhúng vào công việc hằng ngày ra sao — không phải một tab riêng.

01	Bối cảnh & Tầm nhìn	04
5 thách thức điển hình · bốn trụ giá trị · bản đồ 25+ module theo 6 nhóm chức năng		
02	Nền tảng nghiệp vụ	08
Hành trình một cơ hội xuyên 6 module · Customer 360 · pipeline · BDR & marketing · báo giá & chính sách giá · đa kênh · dự án · S&OP · thưởng · loyalty · phân phối		
03	Năng lực AI — 60+ điểm chạm	19
Làm giàu hồ sơ & insight 360 · chấm điểm lead & tự soạn phản hồi · huấn luyện viên bán hàng · đặt đơn bằng giọng nói · thiết kế giá & thưởng · luồng agent tự động		
04	Kết hợp Foundation · Autonomous · Lakehouse	24
CRM đứng trên nền quản trị và dữ liệu chung của DBIZ Enterprise Platform · liên thông ERP, TMS, MES		
05	Tin cậy & Triển khai	26
Đa pháp nhân & phân quyền · bảo mật và tuân thủ dữ liệu cá nhân · lộ trình workshop → pilot → mở rộng		

Cách đọc tài liệu này

15 phút

Đọc Phần 01 và Phần 05 — thấy ngay bài toán, giá trị kinh doanh và cách triển khai theo từng bước.

30 phút

Thêm Phần 03 — hiểu AI thực sự làm gì cho đội bán hàng, marketing và chăm sóc khách hàng.

60 phút

Đọc trọn Phần 02 — nắm toàn bộ nghiệp vụ từ lead đến dự án, đa kênh và hệ thống phân phối.

PHẦN 01

Bối cảnh & Tầm nhìn

Context & Vision — one customer, one record

Bài toán: dữ liệu khách hàng phân mảnh, đa kênh chưa đồng bộ, AI ngoài quy trình

Tầm nhìn: nền tảng CRM & vận hành tích hợp AI sâu cho doanh nghiệp vừa và lớn

Phạm vi: 25+ module · 60+ điểm chạm AI · 10+ kênh bán · 8 vai trò nghiệp vụ

Năm thách thức — và cách DBIZ AI CRM trả lời

Doanh nghiệp Việt quy mô vừa và lớn thường gặp cùng một tập vấn đề: dữ liệu khách hàng nằm rải rác, kênh bán chạy độc lập, hiệu suất bán hàng không đo được, và AI vẫn **ở ngoài** quy trình hằng ngày.

Thách thức	Biểu hiện thường thấy	Cách DBIZ trả lời
1 • Dữ liệu phân mảnh	Khách hàng, đơn hàng, dự án rời rạc trên nhiều bảng tính và hệ thống cũ — báo cáo chậm, dễ lệch số.	Customer 360 — mọi dữ liệu một chỗ, kèm insight AI
2 • Đa kênh chưa đồng bộ	Sàn thương mại điện tử, mạng xã hội, B2B, điểm bán chạy độc lập — dễ bán vượt tồn, lệch chính sách giá.	Omnichannel — đồng bộ kênh, tồn kho khả dụng thời gian thực
3 • Hiệu suất không đo được	Không có phiếu bán hàng, không chấm điểm lead, không biết cơ hội đang ở bước nào và bao giờ chốt.	Pipeline + S&OP — mục tiêu và kết quả theo tuần, bóc tách được
4 • Triển khai rời khỏi bán hàng	Quản lý dự án dùng công cụ riêng — mất liên kết giữa cơ hội đã thắng và dự án thực thi.	Project Agile — Kanban, sprint, EVM nối thẳng từ cơ hội
5 • AI ngoài quy trình	Dùng trợ lý AI công cộng theo kiểu tự phát, không gắn dữ liệu nội bộ, không tự động hoá được.	AI nhúng nghiệp vụ — 60+ điểm chạm ngay trong màn hình làm việc

Điểm chung của cả năm vấn đề: chúng không phải lỗi của con người mà là **lỗi của kiến trúc dữ liệu**. Khi hồ sơ khách hàng bị chia cho năm hệ thống, không ai có thể trả lời trọn vẹn câu hỏi "khách hàng này đang thế nào?".

Bốn trụ giá trị của DBIZ AI CRM

Sản phẩm được thiết kế quanh bốn trụ, giúp lãnh đạo nhìn xuyên suốt từ lead đầu phễu → doanh thu → lợi nhuận → dự án triển khai → chăm sóc sau bán.

① Unified Customer

Một hồ sơ khách hàng duy nhất xuyên mọi module — không sao chép thủ công, không silo giữa bán hàng, BDR và triển khai.

② AI Embedded

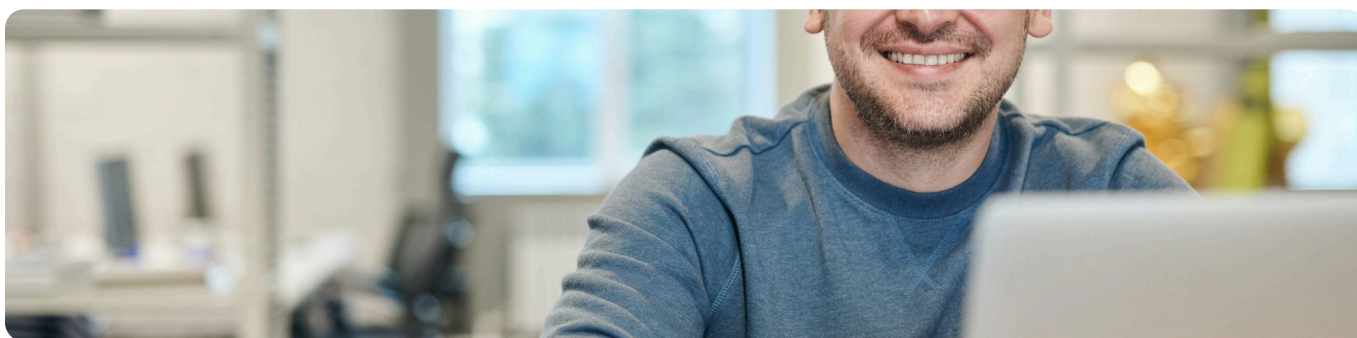
AI nhúng vào từng biểu mẫu, từng danh sách — hỗ trợ ngay lúc người dùng đang làm việc, không phải mở tab riêng.

③ Multi-Business

Phục vụ tập đoàn nhiều đơn vị, nhiều pháp nhân, nhiều chi nhánh — phân quyền chi tiết, dữ liệu tách bạch.

④ Operational Excellence

Liên thông bán hàng – marketing – triển khai – phân phối trên một nền tảng, đo lường được theo tuần.



25+

module nghiệp vụ, bật/tắt theo gói

60+

điểm chạm AI trong công việc hằng ngày

10+

kênh bán: sàn, mạng xã hội, B2B, điểm bán

8

vai trò được hỗ trợ: lãnh đạo, sales, BDR, PM, AM...

Bản đồ 25+ module theo 6 nhóm chức năng

Doanh nghiệp bắt đúng phần mình cần và mở rộng dần — tất cả module chia sẻ **một hồ sơ khách hàng, một bộ phân quyền, một dòng dữ liệu**.

① Sales & CRM

Pipeline cơ hội · Customer 360 · quản lý lead · chấm điểm lead · báo giá · lịch công việc · hợp thư hợp nhất · hoạt động & nhắc việc.

② BDR & Marketing

Sẵn lead đa nguồn · chiến dịch tiếp cận · mạng xã hội đa nền tảng · mẫu email · phân tích hiệu quả kênh.

③ Project & Delivery

Kanban dự án · quản lý sprint · công việc & vướng mắc · biểu đồ Gantt · quản trị giá trị thu được (EVM) · điều lệ dự án.

④ Operations

Bảng điều hành S&OP · bán hàng đa kênh · đơn hàng · tồn kho khả dụng · giao vận · phê duyệt · hoá đơn điện tử.

⑤ Pricing & Incentive

Bàn làm việc chính sách giá · bảng giá · điều chỉnh giá · chương trình thưởng · quyết toán · mô phỏng tác động.

⑥ Channels & Care

Hệ thống phân phối (nhà phân phối, tuyến bán) · khách hàng thân thiết & điểm thưởng · kho tri thức · kênh chăm sóc Zalo/ZNS.

Ba nguyên tắc của bản đồ module

- **Mua theo nhu cầu:** kích hoạt theo gói, không phải mua trọn bộ; thêm module sau không cần dựng lại dữ liệu khách hàng.
- **Không silo:** CRM, S&OP, dự án, phân phối, loyalty dùng chung một nền — dữ liệu chảy tự nhiên giữa các khâu.
- **Một trải nghiệm:** cùng bộ giao diện, cùng cách phân quyền, cùng cách tìm kiếm — người dùng học một lần dùng cho mọi module.

PHẦN 02

Nền tảng nghiệp vụ

Business Modules — from lead to delivered project

Một hành trình: lead → khách hàng → cơ hội → báo giá → đơn hàng → dự án

Một hồ sơ: Customer 360 kèm sức khoẻ quan hệ và lịch sử tương tác

Một nền vận hành: đa kênh, phân phối, thưởng, loyalty, tri thức

Hành trình một cơ hội — xuyên sáu module

Một cơ hội kinh doanh đi trọn vòng đời trên cùng một nền tảng: **không sao chép dữ liệu, không mất dấu**. Mỗi bước chuyển giao đều giữ nguyên hồ sơ khách hàng, lịch sử tương tác và cam kết đã thoả thuận.

① LEAD

DeepSales BDR

Sản lead, AI chấm điểm, gán người phụ trách.

② KHÁCH HÀNG

Customer 360

AI làm giàu hồ sơ, điểm sức khoẻ, danh bạ liên hệ.

③ CƠ HỘI

CRM Pipeline

Kanban theo bước, xác suất thắng, dự báo doanh thu.

④ BẢO GIÁ

Pricing Workbench

Bảng giá, điều chỉnh, AI gợi ý chính sách, phê duyệt.

⑤ ĐƠN HÀNG

Omnichannel

Kiểm tra tồn khả dụng, giữ hàng, giao vận, hoá đơn.

⑥ DỰ ÁN

Project Mgmt

Kanban, sprint, kiểm soát tiến độ và ngân sách.

Sau go-live: chuyển tiếp sang chăm sóc, khách hàng thân thiết và bán thêm — vẫn trên cùng hồ sơ khách hàng

Điều gì thay đổi khi hành trình liền mạch

Không mất thông tin ở bàn giao

Đội triển khai đọc được đúng những gì đội bán hàng đã cam kết — giảm hẳn kỳ vọng lệch và tranh cãi phạm vi.

Dự báo đáng tin hơn

Doanh thu dự kiến dựa trên cơ hội thực tế theo bước, không dựa vào bảng tính cập nhật thủ công cuối tuần.

Đo được toàn tuyến

Từ chi phí tạo lead đến lợi nhuận dự án — cùng một chuỗi dữ liệu, cùng một cách tính.

Customer 360 — hồ sơ khách hàng tổng thể

Mọi thứ về một khách hàng trên một trang: thông tin doanh nghiệp, danh bạ liên hệ, lịch sử tương tác, cơ hội và đơn hàng, công nợ — kèm **điểm sức khoẻ quan hệ** do AI đánh giá.

Thông tin nền do AI tổng hợp

Quy mô, lĩnh vực, cấu trúc tập đoàn, tin tức liên quan được tổng hợp từ nguồn công khai và cập nhật định kỳ.

Điểm sức khoẻ quan hệ

AI tính điểm từ tần suất và chất lượng tương tác 90 ngày gần nhất — cảnh báo sớm khách hàng đang nguội đi.

Toàn bộ lịch sử một chỗ

Email, cuộc gọi, cuộc họp, báo giá, đơn hàng, dự án, phiếu hỗ trợ — không phải mở năm hệ thống để hiểu một khách hàng.

Vì sao "một hồ sơ duy nhất" là điều kiện của mọi thứ khác

Khi hồ sơ phân mảnh

- Cùng một khách hàng có ba mã số ở ba hệ thống — báo cáo hợp nhất sai từ gốc.
- Người mới nhận khách phải "khảo cổ" email cũ để hiểu chuyện gì đã xảy ra.
- AI không thể giúp gì, vì chính nó cũng không có dữ liệu đầy đủ để đọc.

Với Customer 360

- Một mã khách hàng dùng chung cho bán hàng, hợp đồng, dự án, công nợ và chăm sóc.
- Bàn giao người phụ trách chỉ mất vài phút đọc — toàn bộ ngữ cảnh đã ở đó.
- AI có nền dữ liệu đủ để đưa ra khuyến nghị đáng tin, kèm dẫn nguồn.

Pipeline, lịch làm việc & hộp thư hợp nhất

Ba công cụ mà đội bán hàng dùng mỗi ngày, nằm cùng một chỗ và cùng gắn với hồ sơ khách hàng: **phễu cơ hội trực quan, lịch công việc đồng bộ và hộp thư có AI hỗ trợ.**

Pipeline dạng Kanban

Kéo – thả cơ hội giữa các bước; xác suất thắng và dự báo doanh thu tự cập nhật; xem theo bảng khi cần chi tiết.

Lịch & hoạt động

Đồng bộ với lịch Outlook; mỗi lịch hẹn gắn với cơ hội, khách hàng hoặc dự án — không còn cuộc họp "trôi nổi".

Hộp thư hợp nhất

Kết nối hộp thư doanh nghiệp; AI tóm tắt thư dài, soạn nháp phản hồi và gắn thư vào đúng cơ hội.

Bốn chỉ số phễu mà lãnh đạo theo dõi hằng tuần

Tổng cơ hội

Số lượng và giá trị cơ hội đang mở, phân bố theo từng bước của phễu.

Giá trị dự kiến

Giá trị có trọng số theo xác suất thắng — cơ sở cho kế hoạch doanh thu.

Tỷ lệ thắng

Theo đội, theo ngành, theo nguồn lead — chỉ ra nơi cần huấn luyện hoặc đổi cách tiếp cận.

Tốc độ phễu

Thời gian trung bình ở mỗi bước — phát hiện chỗ cơ hội bị "kẹt" quá lâu.

Điều khác biệt trong thực tế: phễu chỉ đáng tin khi sales cập nhật. Vì email, lịch và cơ hội nằm cùng một chỗ, **việc cập nhật gần như tự động** — dữ liệu sạch mà không cần nhắc nhở.

DeepSales BDR & marketing số

Đầu phiếu được công nghiệp hoá: **săn lead đa nguồn, AI làm giàu dữ liệu và chấm điểm, chiến dịch tiếp cận đa kênh** — mọi lead vào hệ thống đều có chủ và có bước tiếp theo rõ ràng.

Săn & làm giàu lead

Thu lead từ mạng xã hội nghề nghiệp, website, danh sách nhập vào; AI bổ sung thông tin doanh nghiệp và người quyết định.

Chấm điểm tự động

Điểm theo mức phù hợp chân dung khách hàng lý tưởng và mức độ tương tác — đội BDR tập trung vào lead nóng.

Chiến dịch tiếp cận

Chuỗi email và tin nhắn nhiều bước, cá nhân hoá theo ngành và vai trò; theo dõi tỷ lệ mở, phản hồi, chuyển đổi.

Quản lý hiện diện số trên một màn hình

Đa nền tảng, một lịch nội dung

Facebook, LinkedIn, YouTube, TikTok, Zalo — lên lịch bài đăng, AI hỗ trợ soạn nội dung theo tông giọng thương hiệu, theo dõi tương tác tập trung.

Từ tương tác thành lead

Người quan tâm trên mạng xã hội được chuyển thành lead trong hệ thống kèm nguồn gốc — đo được kênh nào thực sự sinh doanh thu, không chỉ sinh lượt xem.

Đo chi phí mỗi lead

Chi phí theo kênh, theo chiến dịch, gán tới doanh thu thực tế — ngân sách marketing được phân bổ bằng số liệu.

Không mất lead

Mọi lead có người phụ trách và hạn xử lý; lead nguội tự động vào chuỗi nuôi dưỡng thay vì bị bỏ quên.

Phối hợp BDR — Sales

Bàn giao có tiêu chí rõ ràng; lịch sử tiếp cận đi theo lead sang cơ hội — không hỏi lại khách hàng từ đầu.

Báo giá & bàn làm việc chính sách giá

Giá là nơi lợi nhuận được tạo ra hoặc mất đi. DBIZ tách bạch **bảng giá**, **điều chỉnh giá**, **chương trình khuyến mại** và **điều kiện áp dụng** — báo giá nhanh nhưng vẫn trong khuôn khổ chính sách.

Thành phần	Vai trò trong kiểm soát giá
Bảng giá	Giá niêm yết theo nhóm khách hàng, kênh bán, khu vực và thời gian hiệu lực.
Điều chỉnh giá	Giảm giá theo số lượng, theo kỳ hạn hợp đồng, theo gói kèm — có trần và có điều kiện.
Chương trình	Khuyến mại theo mùa, theo ngành, theo chiến dịch — thời gian và ngân sách được kiểm soát.
Điều kiện áp dụng	Quy tắc xác định khách hàng và đơn hàng nào đủ điều kiện — chặn áp sai chính sách.
AI gợi ý	Đề xuất mức giá và cấu hình gói dựa trên lịch sử thắng - thua và độ nhạy giá của phân khúc.

Ba câu hỏi mà bàn làm việc chính sách giá trả lời

Giá này có được phép?

Hệ thống kiểm tra tự động theo chính sách; vượt trần thì chuyển phê duyệt kèm phân tích tác động lợi nhuận.

Giá này có thắng được?

AI so với các cơ hội tương tự đã thắng và thua để chỉ ra khoảng giá hợp lý cho phân khúc.

Giá này lãi bao nhiêu?

Lợi nhuận gộp hiện ngay trên báo giá, tính đủ chi phí kèm — sales biết mình đang bán lãi hay lỗ.

Giá trị với lãnh đạo: chấm dứt tình trạng "mỗi người một giá". Chính sách được cấu hình một lần và **tự động áp dụng cho mọi báo giá**, mọi kênh — kể cả khi đội bán hàng mở rộng nhanh.

Omnichannel — mọi kênh, một tồn kho, một chính sách

Kết nối sàn thương mại điện tử, mạng xã hội, cổng khách hàng doanh nghiệp và điểm bán: **đơn hàng về một chỗ, tồn kho đồng bộ, chính sách giá nhất quán** — hết oversell và lệch giá giữa các kênh.

Đơn hàng hợp nhất

Đơn từ mọi kênh vào cùng một hàng đợi xử lý với cùng quy trình phê duyệt và cùng cách hạch toán.

Tồn kho khả dụng

Kiểm tra khả năng đáp ứng theo thời gian thực, giữ hàng cho đơn đã chốt — cam kết giao hàng đáng tin.

Giao vận & hoá đơn

Tạo phiếu giao, kết nối đơn vị vận chuyển, phát hành hoá đơn điện tử và ghi nhận doanh thu tự động.

Vòng đời một đơn hàng

Tiếp nhận đa kênh



Kiểm tra tồn khả dụng



Giữ hàng



Phê duyệt



Giao vận



Hoá đơn điện tử



Ghi nhận doanh thu

Không bán vượt tồn

Một nguồn tồn kho duy nhất cho mọi kênh — giảm hẳn đơn bị huỷ và khiếu nại khách hàng.

Mở kênh mới nhanh

Thêm sản hoặc cổng B2B chỉ là khai báo kết nối, không phải dự án tích hợp mới từ đầu.

Số liệu sạch cho ERP

Đơn hàng, doanh thu, chi phí kênh chảy về hệ thống kế toán theo chuẩn — không nhập lại bằng tay.

Quản lý dự án — Agile cộng kiểm soát ngân sách

Cơ hội đã thắng chuyển thẳng thành dự án, giữ nguyên phạm vi và cam kết. Đội triển khai làm việc theo **Kanban** và **sprint**, còn lãnh đạo theo dõi bằng **chỉ số tiến độ và chi phí**.

Kanban & sprint

Bảng công việc trực quan, quản lý backlog và sprint; phụ thuộc công việc và mốc bàn giao rõ ràng.

Kiểm soát giá trị thu được

So sánh khối lượng đã hoàn thành với kế hoạch và chi phí thực tế — biết dự án đang chậm hay vượt ngân sách khi còn kịp xử lý.

Công việc & vướng mắc

Quản lý xuyên dự án: gán người, ưu tiên, thảo luận, tài liệu kèm; vướng mắc chuyển thành công việc trong một bước.

Vì sao nối dự án với bán hàng lại quan trọng

- **Cam kết đi cùng phạm vi:** điều đội bán hàng đã hứa nằm ngay trong điều lệ dự án — giảm phát sinh ngoài hợp đồng.
- **Lợi nhuận theo từng dự án:** doanh thu hợp đồng trừ chi phí nhân sự và chi phí kèm — biết dự án nào thực sự có lãi.
- **Cơ sở để bán thêm:** khách hàng đang triển khai tốt là khách hàng dễ mở rộng — tín hiệu này tự chảy về đội bán hàng.

Tiến độ

Chỉ số hiệu suất lịch trình cho biết dự án nhanh hay chậm so kế hoạch.

Chi phí

Chỉ số hiệu suất chi phí cho biết mỗi đồng bỏ ra tạo được bao nhiêu giá trị.

Nguồn lực

Phân bổ nhân sự theo dự án, phát hiện quá tải trước khi ảnh hưởng tiến độ.

Rủi ro

Danh mục rủi ro và vướng mắc mở, có người chịu trách nhiệm và hạn xử lý.

Bảng điều hành S&OP — mục tiêu và kết quả theo tuần

Nơi lãnh đạo nhìn toàn bộ guồng máy kinh doanh theo nhịp tuần, với bốn góc nhìn gắn kết: **bán hàng & marketing** • **từ dự án tới sản phẩm** • **chi phí & hiệu suất** • **nghiên cứu phát triển**.

A • Bán hàng & Marketing

Mục tiêu doanh thu, lead, cơ hội theo tuần so với thực hiện; bóc tách theo đơn vị, ngành, người phụ trách.

B • Từ dự án tới sản phẩm

Tiến độ các dự án trọng điểm và việc chuyển kết quả dự án thành sản phẩm bán được.

C • Chi phí & Hiệu suất

Chi phí theo bộ phận và dự án, năng suất đội ngũ, hiệu quả trên mỗi đồng chi ra.

D • Nghiên cứu & Phát triển

Danh mục sáng kiến, tiến độ phát triển năng lực mới và mức đóng góp kỳ vọng.

Nhịp điều hành tuần — cách DBIZ vận hành chính mình

Đầu tuần — chốt mục tiêu tuần cho từng đội, hệ thống tự tổng hợp từ mục tiêu tháng và quý.



Trong tuần — kết quả cập nhật liên tục từ nghiệp vụ thực tế, không phải nhập báo cáo tay.



Cuối tuần — họp điều hành trên đúng một bảng số; chênh lệch được bóc tách tới nguyên nhân gốc.

Khác biệt với báo cáo truyền thống: S&OP không phải bản trình bày làm lại mỗi tuần. Nó là **màn hình sống** đọc trực tiếp từ nghiệp vụ — thời gian trước đây dùng để làm báo cáo giờ dùng để xử lý vấn đề.

Chương trình thưởng & khách hàng thân thiết

Hai đòn bẩy tăng trưởng thường bị làm bằng tay: **thưởng cho đội bán hàng và đại lý**, và **giữ chân khách hàng bằng điểm thưởng**. DBIZ đưa cả hai vào hệ thống — có mô phỏng trước, có quyết toán tự động.

Chương trình thưởng đa cấp

Thiết kế mục tiêu, bậc thưởng, cách tích lũy và quyết toán cho đội bán hàng, nhà phân phối, đại lý. Có bộ mô phỏng để thấy trước tác động lên chi phí và doanh thu **trước khi công bố**.

Khách hàng thân thiết

Hồ sơ thành viên, hạng thẻ, điểm tích lũy, danh mục quà đổi và mã ưu đãi — tích hợp với điểm bán và các kênh trực tuyến, dữ liệu đổ về cùng một hồ sơ khách hàng.

Bốn vấn đề kinh điển được giải

Vấn đề	Cách DBIZ xử lý
Tính thưởng bằng bảng tính	Quy tắc thưởng cấu hình trong hệ thống; số liệu tích lũy theo thời gian thực, quyết toán tự động có phê duyệt.
Tranh chấp số liệu cuối kỳ	Mỗi đồng thưởng dẫn ngược về đơn hàng và điều kiện áp dụng — minh bạch với cả đội bán hàng và đại lý.
Không biết chương trình có hiệu quả	So sánh doanh thu tăng thêm với chi phí thưởng, theo phân khúc và theo kênh — dừng chương trình kém hiệu quả sớm.
Điểm thưởng không thúc đẩy mua lại	Phân tích hành vi thành viên, đề xuất ưu đãi đúng nhóm — thay cho chương trình chung áp cho tất cả.

Hệ thống phân phối & kho tri thức

Với doanh nghiệp bán qua đại lý, "thị trường" nằm ở ngoài đường: **điểm bán, tuyến viếng thăm, đơn hàng thứ cấp, tồn kho đại lý**. Và với mọi doanh nghiệp, tri thức nội bộ là tài sản cần tìm được trong vài giây.

Điểm bán & tuyến bán

Danh sách điểm bán theo khu vực, gán tuyến cho nhân viên, lịch viếng thăm và bản đồ hiện trường.

Nhà phân phối & đại lý

Đơn hàng thứ cấp, tồn kho tại đại lý, đề nghị hỗ trợ và quyết toán — nhìn được thị trường sau lớp phân phối.

Kho tri thức & hộp thư thông minh

Tài liệu sản phẩm, chính sách giá, case study; tìm kiếm theo ngữ nghĩa; thư đến được AI phân loại và gợi ý câu trả lời.

Giá trị đo được ở hai khối này

Độ phủ điểm bán

Biết chính xác bao nhiêu điểm bán đang hoạt động và ai đang bỏ trống tuyến.

Chất lượng viếng thăm

Ghi nhận có hình ảnh và vị trí — thay cho báo cáo viếng thăm bằng tin nhắn.

Tồn kho kênh

Nhìn được hàng đang nằm ở đại lý, tránh dồn hàng ảo cuối kỳ.

Thời gian tìm tri thức

Nhân viên mới trả lời được câu hỏi khách hàng bằng tài liệu chuẩn, không đoán.

Điểm nổi quan trọng: dữ liệu phân phối và tri thức nội bộ chính là **nguyên liệu cho các agent AI** ở phần sau — agent chỉ giỏi khi có dữ liệu thị trường và tri thức đúng để đọc.

PHẦN 03

Năng lực AI — 60+ điểm chạm

AI Embedded — not an add-on, but the way the system works

Hiểu khách hàng: làm giàu dữ liệu, chấm điểm tiềm năng, cảnh báo rủi ro

Hỗ trợ người bán: huấn luyện viên bán hàng, trả lời tự động, ghi nhận bằng giọng nói

Quyết định giá & thưởng: đề xuất mức giá, thiết kế chương trình thưởng

Làm giàu dữ liệu & bức tranh 360° về khách hàng

Dữ liệu khách hàng ở phần lớn doanh nghiệp là **một cái tên và một số điện thoại**. DBIZ biến nó thành một hồ sơ sống: ngành nghề, quy mô, người ra quyết định, lịch sử tương tác, sức khoẻ quan hệ.

Bốn lớp làm giàu tự động

Chuẩn hoá & hợp nhất

Phát hiện trùng lặp, gộp bản ghi, chuẩn hoá tên – địa chỉ – mã số thuế. Một khách hàng chỉ còn **một hồ sơ duy nhất** dù đến từ website, hội thảo, điểm bán hay danh sách nhập tay.

Bổ sung thông tin doanh nghiệp

Ngành nghề, quy mô, cấu trúc sở hữu, người liên hệ theo vai trò. AI đề xuất trường còn thiếu và nguồn để xác thực — thay vì để trống chờ nhân viên điền.

Phân khúc động

Nhóm khách hàng theo giá trị, hành vi và tiềm năng — cập nhật liên tục thay vì gán nhãn một lần rồi để đó.

Sức khoẻ quan hệ

Điểm sức khoẻ dựa trên tần suất tương tác, tiến độ cơ hội, khiếu nại và tình trạng công nợ — cảnh báo sớm khi một khách hàng lớn **đang nguội đi**.

Điều lãnh đạo nhìn thấy

Câu hỏi thường không trả lời được	Sau khi có Insight 360
Top 20 khách hàng của tôi là ai và họ đóng góp bao nhiêu phần trăm?	Xếp hạng theo doanh thu, lợi nhuận gộp và vòng đời — không phải theo cảm nhận của trưởng phòng.
Khách hàng nào sắp rời đi?	Danh sách rủi ro kèm lý do cụ thể: giảm tần suất mua, mở khiếu nại, chậm phản hồi.
Còn dư địa bán thêm ở đâu?	Gợi ý bán chéo dựa trên sản phẩm khách cùng phân khúc đã mua.

Chăm điểm tiềm năng & phản hồi tự động

Vấn đề của phễu bán hàng không phải thiếu khách hàng tiềm năng, mà là **không biết nên gọi ai trước và phản hồi quá chậm**. Hai việc này DBIZ làm tự động.

Chăm điểm tiềm năng

Mỗi khách hàng tiềm năng nhận một điểm số dựa trên mức phù hợp (ngành, quy mô, khu vực) và mức quan tâm (mở thư, truy cập, hỏi giá). Danh sách gọi được sắp xếp lại mỗi ngày.

Phản hồi trong vài phút

Thư hỏi hàng vào hộp thư chung được phân loại, gán đúng khách hàng và **soạn sẵn câu trả lời** theo mẫu và chính sách giá — nhân viên chỉ kiểm tra rồi gửi.

Phân bổ tự động

Cơ hội được giao theo khu vực, ngành, khối lượng đang xử lý và tỉ lệ thắng của từng nhân viên — không còn cảnh khách hàng tốt bị bỏ quên trong hàng đợi.

Trợ lý bán hàng chủ động (DeepSales BDR)

Tìm và tiếp cận

Dựng danh sách mục tiêu theo tiêu chí khách hàng lý tưởng, soạn thư tiếp cận cá nhân hoá theo ngành và vai trò, theo dõi chuỗi thư nhắc lại và tự dừng khi khách phản hồi.

Bàn giao có ngữ cảnh

Khi khách hàng thể hiện ý định thật, agent chuyển cho người bán kèm toàn bộ lịch sử: đã gửi gì, khách đọc gì, câu hỏi nào đang treo — **không bắt đầu lại từ đầu**.

Nguyên tắc thiết kế: AI đề xuất, con người quyết định. Mọi thư gửi ra ngoài, mọi mức giá và mọi cam kết với khách hàng đều đi qua **một bước xác nhận của người phụ trách**, và toàn bộ được ghi vết để rà soát lại.

Huấn luyện viên bán hàng & trợ lý hiện trường

Khoảng cách giữa người bán giỏi nhất và người bán trung bình trong cùng một công ty thường là **2-3 lần**. DBIZ thu hẹp khoảng cách đó bằng cách đưa cách làm của người giỏi thành gợi ý cho tất cả.

Huấn luyện viên bán hàng

Bước tiếp theo nên làm gì

Với từng cơ hội đang mở: nên gọi ai, nói gì, gửi tài liệu nào — dựa trên các cơ hội tương tự đã thắng.

Cảnh báo cơ hội đang mất

Cơ hội không có hoạt động mới, bỏ qua mốc quan trọng hoặc im lặng quá lâu được đánh dấu để trưởng phòng can thiệp.

Xử lý phản đối

Gợi ý cách trả lời các phản đối thường gặp về giá, thời gian triển khai, so sánh với đối thủ — lấy từ kho tri thức của chính doanh nghiệp.

Trợ lý hiện trường cho đội bán hàng đi tuyến

Ghi đơn bằng giọng nói

Nhân viên đứng tại điểm bán nói tên sản phẩm và số lượng; hệ thống dựng đơn hàng, kiểm tra tồn kho và chính sách giá, chờ xác nhận. **Không cần gõ trên điện thoại giữa cửa hàng.**

Nhận diện trưng bày qua ảnh

Chụp kệ hàng — hệ thống nhận diện sản phẩm, đếm mặt hàng, so với tiêu chuẩn trưng bày đã cam kết và ghi nhận bằng chứng cho chương trình hỗ trợ đại lý.

Kết quả mong đợi

Nhanh hơn

Thời gian phản hồi khách hàng tính bằng phút thay vì ngày

Đầy đủ hơn

Dữ liệu viếng thăm có hình ảnh, vị trí và thời gian thực

Đồng đều hơn

Người mới làm theo quy trình của người giỏi nhất

Minh bạch hơn

Mọi cam kết với khách được ghi lại tại nguồn

Đề xuất giá, thiết kế thưởng & sản xuất nội dung

Ba quyết định tiêu tốn nhiều thời gian lãnh đạo nhất trong khối bán hàng — **giảm giá bao nhiêu, thưởng thế nào, nói gì với thị trường** — được hỗ trợ bằng dữ liệu thật.

Đề xuất mức giá

Với từng báo giá: khoảng giá hợp lý theo phân khúc, khối lượng và lịch sử giao dịch; cảnh báo khi mức giảm giá vượt ngưỡng hoặc **ăn vào lợi nhuận gộp**. Người phê duyệt thấy rõ tác động trước khi đặt bút.

Thiết kế chương trình thưởng

Mô phỏng nhiều cấu hình bậc thưởng, dự báo chi phí và doanh thu tăng thêm, chỉ ra cấu hình có tỉ lệ hiệu quả tốt nhất — trước khi công bố ra toàn hệ thống.

Nội dung & luồng agent

Soạn thư chiến dịch, bài viết, kịch bản gọi và câu trả lời mẫu theo giọng điệu thương hiệu; dựng luồng agent cho các quy trình lặp lại mà không cần viết mã.

Xưởng cấu hình giá (Pricing Workbench)

Thành phần	Ý nghĩa với doanh nghiệp
Bảng giá theo phân khúc	Giá niêm yết, giá đại lý, giá dự án, giá theo hợp đồng khung — cùng quản trị tại một chỗ.
Quy tắc điều chỉnh	Chiết khấu theo khối lượng, theo kỳ hạn thanh toán, theo chương trình khuyến mại — áp dụng tự động, không tính tay.
Ngưỡng phê duyệt	Mỗi mức giảm giá gắn với cấp phê duyệt tương ứng; vượt ngưỡng là phải trình, không có ngoại lệ ngầm.
Lịch sử & dấu vết	Ai đề xuất, ai duyệt, dựa trên căn cứ nào — tra lại được khi cần giải trình.

Giá và thưởng là nơi **lợi nhuận thật sự bị rò rỉ**. Đưa hai quyết định này vào hệ thống, có mô phỏng và có ngưỡng phê duyệt, thưởng là phần hoàn vốn nhanh nhất của một dự án CRM.

PHẦN 04

Một nền tảng, không phải bốn hệ thống

CRM × Foundation × Autonomous × Lakehouse

Foundation: nền tảng đa pháp nhân, phân quyền, cấu hình không cần lập trình

Autonomous: 97 agent AI và kho tri thức doanh nghiệp

Lakehouse: một nguồn dữ liệu thật cho toàn bộ hệ thống

CRM không đứng một mình

Phần lớn thất vọng với CRM đến từ việc nó **không nối được với phần còn lại của doanh nghiệp**: đơn hàng phải nhập lại vào ERP, giao hàng nằm ở hệ thống khác, sản xuất không biết khách đang chờ gì.

Đường đi của một đơn hàng qua bộ sản phẩm DBIZ

Bước	Sản phẩm	Việc gì xảy ra tự động
Cơ hội → Báo giá	AI CRM	Giá và chiết khấu áp theo quy tắc; phê duyệt theo ngưỡng.
Chốt đơn	AI CRM	Đơn bán sinh ra từ báo giá đã duyệt — không nhập lại.
Kế hoạch sản xuất	AI MES	Đơn hàng trở thành lệnh sản xuất, kiểm tra năng lực và nguyên vật liệu.
Giao hàng	AI TMS	Lên chuyển, tối ưu tuyến, cập nhật trạng thái giao về hồ sơ khách hàng.
Hoá đơn & công nợ	AI ERP	Ghi nhận doanh thu, sinh hoá đơn, theo dõi thu hồi công nợ.
Thưởng & phân tích	CRM + Lakehouse	Quyết toán thưởng theo doanh thu đã thu; phân tích lợi nhuận theo khách hàng.

Foundation

Đa pháp nhân, đa đơn vị, phân quyền theo vai trò; thêm trường, sửa biểu mẫu, đổi luồng phê duyệt bằng cấu hình — **không chờ bản vá**.

Autonomous

Các agent AI dùng chung: đọc tài liệu, trả lời câu hỏi, xử lý hộp thư, chạy quy trình có phê duyệt. CRM gọi lại các agent này thay vì tự dựng riêng.

Lakehouse

Dữ liệu bán hàng, sản xuất, vận tải, tài chính về cùng một nơi — báo cáo lãnh đạo **khớp số** giữa các phòng ban.

PHẦN 05

Tin cậy & Triển khai

Trust, Compliance & Time-to-Value

Vận hành đa pháp nhân: một hệ thống cho cả tập đoàn

Bảo vệ dữ liệu khách hàng: tuân thủ Nghị định 13/2023/NĐ-CP

Lộ trình 30 ngày: từ khảo sát đến chạy thử trên dữ liệu thật

Một hệ thống cho cả tập đoàn

Doanh nghiệp Việt hiếm khi chỉ có một pháp nhân. DBIZ được thiết kế cho thực tế đó ngay từ nền tảng: **nhiều công ty, nhiều ngành hàng, nhiều thị trường — một hệ thống.**

Tách dữ liệu theo pháp nhân

Mỗi công ty thành viên có dữ liệu, danh mục và chính sách giá riêng; dữ liệu không nhìn chéo trừ khi được cấp quyền. Báo cáo hợp nhất vẫn tổng hợp được ở cấp tập đoàn.

Cấu hình riêng cho từng đơn vị

Cùng một sản phẩm nhưng ngành bán lẻ và ngành công nghiệp cần biểu mẫu, trường dữ liệu và luồng phê duyệt khác nhau — làm bằng cấu hình, **không tách bản triển khai.**

Phân quyền theo vai trò

Quyền xem, sửa, phê duyệt được gán theo vai trò và phạm vi (khu vực, kênh, nhóm khách hàng). Nhân viên chỉ thấy phần thị trường thuộc trách nhiệm mình.

Ghi vết đầy đủ

Mọi thay đổi trên hồ sơ khách hàng, báo giá, đơn hàng đều lưu ai làm, lúc nào, giá trị trước và sau — phục vụ kiểm toán nội bộ và xử lý tranh chấp.

Đa ngôn ngữ & đa tiền tệ

Giao diện tiếng Việt & tiếng Anh

Đội ngũ trong nước và đối tác nước ngoài dùng cùng một hệ thống.

Nhiều đồng tiền

Báo giá và đơn hàng theo ngoại tệ, quy đổi theo tỉ giá cấu hình được.

Nhiều kênh bán

Bán trực tiếp, qua đại lý, qua sàn và qua điểm bán — cùng một hồ sơ khách hàng.

Dữ liệu khách hàng là tài sản — và là trách nhiệm pháp lý

CRM là hệ thống chứa **dữ liệu cá nhân nhiều nhất** trong doanh nghiệp. Vì vậy DBIZ tiếp cận bảo mật và tuân thủ như một yêu cầu nền tảng, không phải một hạng mục bổ sung cuối dự án.

Tuân thủ Nghị định 13/2023/NĐ-CP về bảo vệ dữ liệu cá nhân

Yêu cầu	Cách DBIZ đáp ứng
Cơ sở xử lý dữ liệu	Ghi nhận sự đồng ý theo mục đích sử dụng và theo kênh; rút lại đồng ý được thực thi trên toàn hệ thống.
Quyền của chủ thể dữ liệu	Tra cứu, chỉnh sửa, hạn chế xử lý và xóa dữ liệu theo yêu cầu — có quy trình và dấu vết.
Hạn chế truy cập	Che dữ liệu nhạy cảm theo vai trò; số điện thoại và email chỉ hiện đủ với người có quyền.
Ghi nhật ký truy cập	Ai xem hồ sơ nào, xuất dữ liệu gì, lúc nào — phục vụ điều tra khi có sự cố.
Chuyển dữ liệu ra ngoài	Kiểm soát xuất dữ liệu; cảnh báo khi khối lượng xuất bất thường.

Lựa chọn triển khai

Trên hạ tầng nội bộ

Toàn bộ dữ liệu và mô hình AI chạy trong trung tâm dữ liệu của doanh nghiệp — phù hợp ngành có yêu cầu chủ quyền dữ liệu.

Đám mây riêng

Vận hành trên hạ tầng đám mây tại Việt Nam, dữ liệu không ra khỏi biên giới.

Kết hợp

Dữ liệu nhạy cảm ở nội bộ, xử lý khối lượng lớn trên đám mây — theo chính sách của doanh nghiệp.

Mô hình AI vận hành nội bộ: DBIZ có thể chạy mô hình ngôn ngữ trên hạ tầng của khách hàng, nghĩa là **dữ liệu khách hàng và hội thoại bán hàng không đi ra ngoài** để dùng được năng lực AI.

Từ hội thảo đến chạy thật — bốn bước

DBIZ không đề nghị khách hàng ký một dự án 18 tháng rồi chờ kết quả. Cách làm là **chứng minh giá trị trên dữ liệu thật trong 30 ngày**, rồi mở rộng theo kết quả.

Giai đoạn	Thời gian	Việc làm & kết quả bàn giao
1 • Hội thảo hiện trạng	1 tuần	Rà soát quy trình bán hàng hiện tại, xác định ba điểm rò rỉ lớn nhất và chỉ số cần cải thiện. Kết quả: bản đồ quy trình và danh sách ưu tiên.
2 • Bản demo theo ngành	1–2 tuần	Cấu hình sẵn theo ngành của khách hàng với dữ liệu mẫu; lãnh đạo và trưởng phòng bán hàng dùng thử. Kết quả: phạm vi chạy thử được chốt.
3 • Chạy thử 30 ngày	4 tuần	Một nhóm bán hàng thật, dữ liệu thật, có kết nối hệ thống hiện có. Kết quả: số đo trước – sau về tốc độ phản hồi, tỉ lệ chuyển đổi và chất lượng dữ liệu.
4 • Mở rộng theo đợt	Theo quy mô	Mở rộng theo phòng ban, theo pháp nhân và theo kênh; bật dần các agent AI. Kết quả: hệ thống vận hành chính thức, đội ngũ nội bộ tự cấu hình được.

Chỉ số nên đo trong 30 ngày đầu

Tốc độ Thời gian từ khi khách hỏi đến khi có phản hồi đầu tiên	Chuyển đổi Tỉ lệ cơ hội chuyển sang giai đoạn báo giá và chốt đơn	Chất lượng dữ liệu Tỉ lệ hồ sơ khách hàng đủ trường bắt buộc, không trùng lặp	Kỷ luật giá Tỉ lệ báo giá tuân thủ ngưỡng chiết khấu đã ban hành
--	---	---	--

Đội ngũ DBIZ triển khai theo phương pháp **Oracle OUM kết hợp Agile** — kỷ luật tài liệu của phương pháp lớn, nhịp bàn giao ngắn của cách làm linh hoạt.

Bắt đầu từ **một khách hàng,** **một hồ sơ duy nhất**

Đội ngũ DBIZ sẵn sàng khảo sát quy trình bán hàng của bạn, dựng bản demo theo ngành và chạy thử 30 ngày trên dữ liệu thật.

www.dbiz.com • crm.dbiz.com • contact@dbiz.com • 0968 695 865

Tầng 4, Toà nhà Savina, Số 1 Đinh Lễ, Hoàn Kiếm, Hà Nội

d b i z