

MỤC LỤC

| | |
|---|------|
| DANH MỤC CÁC TỪ VIẾT TẮT..... | vii |
| DANH MỤC CÁC BẢNG BIỂU | viii |
| DANH MỤC CÁC HÌNH VẼ, SƠ ĐỒ | x |
| PHẦN MỞ ĐẦU | xii |
| 1. Lý do chọn đề tài..... | xii |
| 2. Mục tiêu nghiên cứu | xii |
| 2.1. Mục tiêu chung..... | xii |
| 2.2. Mục tiêu cụ thể..... | xiii |
| 3. Câu hỏi nghiên cứu..... | xiii |
| 4. Đối tượng nghiên cứu | xiii |
| 5. Phạm vi nghiên cứu | xiii |
| 5.1. Phạm vi không gian | xiii |
| 5.2. Phạm vi thời gian | xiv |
| 6. Phương pháp nghiên cứu | xiv |
| 7. Kết cấu của chuyên đề khóa luận..... | xiv |
| CHƯƠNG 1: CƠ SỞ LÝ LUẬN VÀ PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU | 1 |
| 1.1. Cơ sở lý luận..... | 1 |
| 1.1.1. Khái niệm, đặc điểm và vai trò của bán hàng | 1 |
| 1.1.2. Các hình thức quản trị bán hàng..... | 4 |
| 1.1.3. Nhiệm vụ và chức năng của người bán hàng cá nhân | 6 |
| 1.1.4. Các yếu tố ảnh hưởng đến hoạt động bán hàng | 7 |
| 1.1.5. Các chiến lược tác động đến công tác bán hàng..... | 13 |
| 1.1.6. Các chỉ tiêu đánh giá kết quả hoạt động bán hàng | 15 |
| 1.2. Phương pháp nghiên cứu | 16 |

| | | |
|--|--|-----------|
| 1.2.1. | Phương pháp thu thập dữ liệu | 17 |
| 1.2.2. | Phương pháp xử lý số liệu | 17 |
| 1.2.3. | Phương pháp phân tích số liệu..... | 17 |
| CHƯƠNG 2: THỰC TẾ CỦA VẤN ĐỀ NGHIÊN CỨU HOẶC CỦA DOANH NGHIỆP | | 20 |
| 2.1. | Giới thiệu tổng quan về công ty..... | 20 |
| 2.1.1. | Quá trình hình thành và phát triển | 20 |
| 2.1.2. | Chức năng và nhiệm vụ | 22 |
| 2.1.3. | Các lĩnh vực kinh doanh hoạt động..... | 23 |
| 2.1.4. | Cơ sở vật chất và môi trường của doanh nghiệp..... | 24 |
| 2.1.5. | Đối tác của EotyGroup..... | 25 |
| 2.1.6. | Khách hàng | 26 |
| 2.1.7. | Xác định đối thủ cạnh tranh..... | 28 |
| 2.1.8. | Cơ cấu tổ chức | 29 |
| 2.2. | Tổng quan về công tác quản trị bán hàng của công ty | 32 |
| 2.2.1. | Thực trạng hoạt động bán hàng của công ty | 32 |
| 2.2.2. | Thực trạng lực lượng bán hàng của công ty | 42 |
| 2.2.3. | Cơ cấu tổ chức hoạt động quản trị bán hàng trong công ty... | 45 |
| 2.2.4. | Xây dựng mục tiêu bán hàng..... | 45 |
| 2.2.5. | Chiến lược tiếp xúc khách hàng và chào hàng | 46 |
| 2.2.6. | Quy trình tiếp nhận và xử lý đơn đặt hàng..... | 47 |
| 2.2.7. | Triển khai kế hoạch bán hàng..... | 48 |
| 2.2.8. | Giám sát và đánh giá hiệu quả bán hàng..... | 49 |
| 2.2.9. | Chính sách bán hàng và chăm sóc khách hàng | 50 |
| 2.2.10. | Tuyển dụng và đào tạo..... | 51 |
| 2.2.11. | Đánh giá công tác bán hàng..... | 55 |

| | | |
|---------------------------------------|--|------------|
| 2.2.12. | Động viên, khuyến khích, tạo động lực | 61 |
| 2.3. | Phân tích hành vi khách hàng | 64 |
| 2.3.1. | Thông tin chung về mẫu điều tra | 64 |
| 2.3.2. | Kết quả khảo sát và yếu tố ảnh hưởng đến hiệu quả của công tác quản trị bán hàng..... | 66 |
| 2.4. | Các yếu tố môi trường ảnh hưởng đến hoạt động quản trị bán hàng của công ty | 75 |
| 2.4.1. | Môi trường bên ngoài..... | 75 |
| 2.4.2. | Môi trường nội bộ doanh nghiệp | 81 |
| 2.5. | Phân tích ma trận SWOT trong hoạt động bán hàng..... | 83 |
| 2.6. | Đánh giá chung về thực trạng công ty | 85 |
| CHƯƠNG 3: Ý KIẾN ĐỀ XUẤT | | 94 |
| 3.1. | Đánh giá..... | 94 |
| 3.1.1. | Ưu điểm | 94 |
| 3.1.2. | Nhược điểm | 94 |
| 3.2. | Các giải pháp và khuyến nghị nhằm hoàn thiện quy trình bán hàng tại Công ty Cổ phần EotyGroup..... | 95 |
| 3.2.1. | Một số giải pháp nhằm hoàn thiện quy trình bán hàng | 95 |
| 3.2.2. | Các khuyến nghị nhằm hoàn thiện quy trình bán hàng đối với Công ty Cổ phần EotyGroup | 103 |
| PHẦN KẾT LUẬN..... | | 106 |
| TÀI LIỆU THAM KHẢO | | 107 |