MỤC LỤC

LỜI CẢM ƠN i
LỜI CAM ĐOAN ii
MỤC LỤC iii
DANH MỤC CHỮ VIẾT TẮT vi
DANH MỤC HÌNH ẢNH vii
DANH MỤC BẢNG BIỂU viii
DANH MỤC SƠ ĐỒ ix
DANH MỤC BIỂU ĐỒ ix
LỜI MỞ ĐẦU x
CHƯƠNG 1: CƠ SỞ LÝ LUẬN 1
1.1. Khái niệm về hoạt động bán hàng. 1
1.1.1. Bản chất của hoạt động bán hàng 1
1.1.2. Vai trò của hoạt động bán hàng 2
1.2. Quy trình bán hàng 3
TÓM TẮT CHƯƠNG 1 8
CHƯƠNG 2: THỰC TRẠNG HOẠT ĐỘNG BÁN HÀNG TẠI CÔNG TY TNHH WESET ENGLISH CENTER 9
2.1. Giới thiệu sơ lược về công ty 9
2.1.1 Lịch sử hình thành 9
2.1.2 Sứ mạng tầm nhìn 12
2.1.3 Các lĩnh vực kinh doanh 13
2.1.4 Cơ cấu tổ chức 15
2.1.4.1 Sơ đồ tổ chức 15
2.1.4.2 Chức năng và vai trò các bộ phận 15
2.2. Tình hình hoạt động SXKD của WESET 19
2.2.1 Kết quả hoạt động SXKD trong gần 3 năm gần đây 19
2.2.2 Biểu đồ kết quả hoạt động kinh doanh 19
2.3. Phân tích môi trường bên ngoài 20
2.4. Phân tích môi trường bên trong 21
2.5. Thực trạng hoạt động bán hàng 22

2.6. Quy trình bán hàng tại công ty 23
2.6.1 Sơ đồ quy trình bán hàng của công ty 23
2.6.2 Phân tích sơ đồ quy trình bán hàng 23
2.6.3 Đánh giá, nhận xét về sơ đồ quy trình bán hàng 25
2.7. Các chính sách bán hàng của công ty 27
2.8. Các dịch vụ chăm sóc khách hàng của WESET 28
2.9. Phân tích đội ngũ bán hàng của công ty 28
2.9.1 Phân tích đội ngũ quản lý bán hàng 28
2.9.2 Phân tích đội ngũ nhân viên bán hàng 30
2.9.2.1 Phân công công việc 30
2.9.2.2 Lương thưởng, KPI 31
2.9.3 Hoạt động giám sát bán hàng 31
2.9.4 Hiệu quả bán hàng 32
2.9.5 Nhân tố Marketing mix 4P ảnh hưởng đến hoạt động bán hàng 32
2.9.5.1 Sản phẩm 33
2.9.5.2 Giá cả 33
2.9.5.3 Phân phối 34
2.9.5.4 Xúc tiến bán hàng 34
2.10. Nhận xét về hoạt động bán hàng của WESET 34
2.10.1 Ưu điểm 34
2.10.2 Nhược điểm 35
TÓM TẮT CHƯƠNG 2 36
CHƯƠNG 3: BIỆN PHÁP NÂNG CAO HOẠT ĐỘNG BÁN HÀNG TẠI WESET ENGLISH CENTER 37
3.1. Hướng phát triển công ty trong thời gian tới 37
3.2. Các giải pháp nâng cao hiệu quả hoạt động bán hàng 38
3.2.1 Chiến lược giá 38
3.2.2 Chính sách kênh phân phối 38
3.2.3 Hoạt động khuyến mãi 38
3.2.4 Nghiên cứu thị trường, xây dựng kế hoạch bán hàng 39

3.2.4.1 Nghiên cứu thị trường.....39
3.2.4.2 Xây dựng kế hoạch bán hàng.....39
3.2.5 Cơ sở vật chất.....40
TÓM TẮT CHƯƠNG 3.....41
KẾT LUẬN.....42
TÀI LIỆU THAM KHẢO.....43