

# MỤC LỤC

Trang

---

NHẬN XÉT CỦA GIẢNG VIÊN HƯỚNG DẪN .....	i
LỜI CẢM ƠN .....	ii
LỜI CAM KẾT .....	iii
MỤC LỤC .....	iv
DANH MỤC BIỂU ĐỒ & SƠ ĐỒ .....	viii
DANH MỤC HÌNH & BẢNG BIỂU.....	ix
PHẦN MỞ ĐẦU .....	1
1. Lý do chọn đề tài .....	1
2. Mục tiêu nghiên cứu .....	1
3. Phương pháp nghiên cứu .....	2
4. Đối tượng nghiên cứu .....	2
5. Phạm vi nghiên cứu .....	2
6. Kết cấu bài khóa luận .....	2
CHƯƠNG 1: CƠ SỞ LÝ LUẬN .....	4
1.1. KHÁI NIỆM, VAI TRÒ HOẠT ĐỘNG BÁN HÀNG .....	4
1.1.1. KHÁI NIỆM VỀ HOẠT ĐỘNG BÁN HÀNG .....	4
1.1.2. VAI TRÒ VỀ HOẠT ĐỘNG BÁN HÀNG .....	4
1.2. CÁC NGHIỆP VỤ CƠ BẢN VỀ HOẠT ĐỘNG BÁN HÀNG .....	5
1.2.1. NGHIÊN CỨU NHU CẦU THỊ TRƯỜNG, TẬP QUÁN TIÊU DÙNG CỦA KHÁCH HÀNG.....	5
1.2.2. XÁC ĐỊNH KÊNH VÀ HÌNH THỨC BÁN HÀNG.....	5
1.2.3. QUY TRÌNH BÁN HÀNG.....	8
1.2.4. QUẢN TRỊ VỀ HOẠT ĐỘNG BÁN HÀNG .....	10

2.2.4.1. Xác định mục tiêu bán hàng .....	10
2.2.4.2. Phân loại mục tiêu bán hàng.....	11
2.2.4.3. Mô hình lực lượng bán hàng.....	12
1.2.5. NGHIỆP VỤ BÁN HÀNG, TRUNG BÀY HÀNG HÓA.....	14
1.2.6. ĐỘNG VIÊN LỰC LƯỢNG BÁN HÀNG.....	15
1.2.7. GIÁM SÁT, ĐÁNH GIÁ VỀ HOẠT ĐỘNG BÁN HÀNG .....	16
1.2.7.1. Giám sát hoạt động bán hàng.....	16
1.2.7.2. Đánh giá về hoạt động bán hàng.....	17
TÓM TẮT CHƯƠNG 1 .....	18
CHƯƠNG 2: PHÂN TÍCH VỀ HOẠT ĐỘNG BÁN HÀNG CỦA CÔNG TY CỔ PHẦN AUTO INVEST SÀI GÒN .....	19
2.1. GIỚI THIỆU VỀ CÔNG TY CỔ PHẦN AUTO INVEST SÀI GÒN.....	19
2.1.1 KHÁI QUÁT HÃNG XE SUBARU .....	19
2.1.1.1. Quá trình hình thành.....	20
2.1.1.2. Thị trường kinh doanh.....	20
2.1.2. KHÁI QUÁT VỀ CÔNG TY CỔ PHẦN AUTO INVEST SÀI GÒN: .....	21
2.1.2.1. Tổng quan về công ty .....	21
2.1.2.2. Lĩnh vực và hình thức hoạt động kinh doanh của công ty .....	23
2.1.2.3 Tầm nhìn sứ mệnh.....	23
2.1.2.4. Giá trị cốt lõi.....	24
2.1.2.5. Sản phẩm, dịch vụ và thị trường kinh doanh tại Suabaru Gia Định.....	24
2.1.3. BỘ MÁY CƠ CẤU TỔ CHỨC CỦA CÔNG TY .....	26
2.1.4. PHÂN TÍCH KẾT QUẢ SXKD CỦA CÔNG TY TRONG 03 NĂM .....	30

2.2. PHÂN TÍCH VỀ HOẠT ĐỘNG BÁN HÀNG CỦA CÔNG TY CỔ PHẦN AUTO INVEST SÀI GÒN.....	32
2.2.1. QUY TRÌNH BÁN HÀNG CỦA CÔNG TY CP AUTO INVEST SÀI GÒN .....	32
2.2.1.1. Quy trình bán hàng tại địa điểm công ty:.....	32
2.2.1.2. Quy trình bán hàng bằng cách tìm kiếm khách hàng tiềm năng .	36
2.2.1.3. Quy trình và thủ tục mua xe tại Subaru Gia Định .....	37
2.3. CÔNG TÁC QUẢN TRỊ HOẠT ĐỘNG BÁN HÀNG CHO NHÓM SẢN PHẨM Ô TÔ SUBARU CỦA CÔNG TY CỔ PHẦN AUTO INVEST SÀI GÒN.....	39
2.4. PHÂN TÍCH CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN HOẠT ĐỘNG BÁN HÀNG CỦA CÔNG TY CỔ PHẦN AUTO INVEST SÀI GÒN .....	50
2.4.1. Phân tích các đối thủ cạnh tranh:.....	50
2.4.2. Khách hàng .....	53
2.4.3. Nhà cung ứng:.....	55
2.5. PHÂN TÍCH SWOT VỀ HOẠT ĐỘNG KINH DOANH CỦA CÔNG TY CP AUTO INVEST SÀI GÒN.....	56
TÓM TẮT CHƯƠNG 2: .....	58
CHƯƠNG 3: NHẬN XÉT VỀ HOẠT ĐỘNG BÁN HÀNG VÀ CÁC ĐỀ XUẤT NHẪM KHẮC PHỤC HẠN CHẾ CỦA CÔNG TY CÔNG CỔ PHẦN AUTO INVEST SÀI GÒN.....	59
3.1. NHẬN XÉT VỀ HOẠT ĐỘNG BÁN HÀNG CỦA CÔNG TY CP AUTO INVEST SÀI GÒN.....	59
3.2. PHƯƠNG HƯỚNG PHÁT TRIỂN CỦA CÔNG TY .....	61
3.3. KIẾN NGHỊ ĐỂ NÂNG CAO NGHIỆP VỤ NHÂN VIÊN KINH DOANH .....	63

3.4. KIẾN NGHỊ NHẪM HẠN CHẾ SỰ THỤ ĐỘNG CỦA NHÂN VIÊN KINH DOANH.....	65
3.5. MỘT SỐ KIẾN NGHỊ KHÁC .....	65
TÓM TẮT CHƯƠNG 3 .....	67
KẾT LUẬN.....	68
TÀI LIỆU THAM KHẢO .....	69