

MỤC LỤC

NHẬN XÉT CỦA GIẢNG VIÊN HƯỚNG DẪN	i
LỜI CAM ĐOAN	ii
LỜI CẢM ƠN	iii
DANH MỤC BẢNG	vii
DANH MỤC BIỂU ĐỒ	viii
DANH MỤC SƠ ĐỒ	viii
DANH MỤC VIẾT TẮT	ix
PHẦN MỞ ĐẦU	1
1. Lý do chọn đề tài.....	1
2. Phương pháp nghiên cứu đề tài.....	1
4. Phạm vi nghiên cứu	2
5. Kết cấu của bài báo cáo.....	2
CHƯƠNG 1: CƠ SỞ LÝ THUYẾT VỀ BÁN HÀNG.....	3
1.1. Khái niệm về Bán hàng	3
1.1.1. Định nghĩa về bán hàng	3
1.1.2. Vai trò của bán hàng	3
1.2. Quy trình bán hàng	4
1.2.1. Tìm kiếm cơ hội.....	5
1.2.2. Tiếp cận khách hàng tiềm năng.....	5
1.2.3. Tiếp cận khách hàng	6
1.2.4. Thuyết trình bán hàng.....	6
1.2.5. Kiểm soát những phản đối	7
1.2.6. Kết thúc bán hàng	7
1.2.7. Chăm sóc khách hàng	8
1.3. Quản trị hoạt động bán hàng.....	8
1.3.1. Lập kế hoạch bán hàng.....	9
1.3.1.1. Phân tích các yếu tố ảnh hưởng	9
1.3.1.2. Xây dựng mục tiêu bán hàng	12
1.3.1.3. Xây dựng chiến lược bán hàng.....	14
1.3.1.4. Xây dựng chiến thuật bán hàng.....	14
1.3.1.5. Triển khai kế hoạch bán hàng	15

1.3.1.6. Quản trị lực lượng bán hàng	15
1.3.1.7. Đánh giá hiệu quả bán hàng	21
KẾT LUẬN CHƯƠNG 1	24
CHƯƠNG 2: PHÂN TÍCH THỰC TRẠNG HOẠT ĐỘNG BÁN HÀNG CỦA NHÓM SẢN PHẨM XE TẢI HYUNDAI CỦA CÔNG TY HYUNDAI MIỀN NAM	25
2.1. Giới thiệu tổng quan về công ty TNHH Ô Tô Hyundai Miền Nam	25
2.1.1. Sơ lược về công ty	25
2.1.2. Cơ cấu tổ chức	26
2.1.2.1. Nhiệm vụ chức năng của từng bộ phận	27
2.1.3. Sản phẩm hiện đang kinh doanh	28
2.1.4. Phân tích kết quả hoạt động kinh doanh xe tải của Công ty trong 3 năm gần nhất	31
2.1.5. Thị trường xe thương mại ở công ty	32
2.2. Phân tích môi trường của công ty TNHH Ô Tô Hyundai Miền Nam.....	33
2.3.1. Môi trường vĩ mô	33
2.3.1.1. Môi trường văn hoá xã hội	33
2.3.1.2. Môi trường chính trị và pháp luật	33
2.3.1.3. Môi trường kinh tế	34
2.3.2. Môi trường vi mô	38
2.3.2.1. Nhà cung cấp.....	38
2.3.2.2. Đối thủ cạnh tranh	39
2.4. Môi trường nội bộ	41
2.4.1. Nguồn tài chính	41
2.4.2. Nguồn nhân lực	41
2.5. Phân tích hoạt động bán hàng cho sản phẩm xe tải của công ty TNHH Ô Tô Hyundai miền Nam.....	42
2.5.1. Quy trình bán hàng.....	42
2.5.2. Công tác quản trị bán hàng cho nhóm xe tải Hyundai của Công ty TNHH Ô Tô Hyundai Miền Nam	45
2.5.2.1. Lập kế hoạch bán hàng.....	45
2.5.2.2. Triển khai kế hoạch bán hàng	46

2.5.2.3. Quản trị lực lượng bán hàng	47
2.5.2.4. Đào tạo nhân viên	49
2.5.2.5. Tạo động lực cho nhân viên	50
2.5.2.6. Đánh giá lực lượng bán hàng	51
2.5.3. Quản lý nhân viên bán hàng	52
2.5.4. Đánh giá kết quả của hoạt động bán hàng của công ty trong giai đoạn 2020 đến 2022	54
2.6. Nhận xét về hoạt động bán hàng của nhóm sản phẩm xe tải	55
2.6.1. Ưu điểm	55
2.6.2. Hạn chế	56
KẾT LUẬN CHƯƠNG 2	58
CHƯƠNG 3: GIẢI PHÁP BÁN HÀNG CHO NHÓM SẢN PHẨM XE TẢI HUYUNDAI CỦA CÔNG TY TNHH Ô TÔ HUYUNDAI MIỀN NAM.....	59
3.1. Phương hướng của công ty	59
3.2. Hoàn thiện quy trình bán hàng của công ty.....	59
3.3. Hoàn thiện công tác quản trị bán hàng tại công ty	62
3.3.1 Xác định mục tiêu bán hàng cụ thể, rõ ràng.....	62
3.3.1.2. Xây dựng chiến lược và chiến thuật	63
3.3.1.4. Thường xuyên tổ chức đào tạo	64
3.3.1.5. Tăng cường công tác kiểm tra, đánh giá	64
KẾT LUẬN	67