

MỤC LỤC

NHẬN XÉT CỦA GIẢNG VIÊN HƯỚNG DẪN.....	i
LỜI CẢM ƠN.....	ii
LỜI CAM ĐOAN.....	iii
DANH MỤC CÁC TỪ VIẾT TẮT	vii
DANH MỤC CÁC BẢNG BIỂU	viii
DANH MỤC CÁC HÌNH ẢNH, SƠ ĐỒ	ix
PHẦN MỞ ĐẦU.....	1
1. Lý do chọn đề tài.....	1
2. Mục tiêu và câu hỏi nghiên cứu	2
3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu.....	2
4. Phương pháp nghiên cứu.....	3
5. Bố cục của đề tài khóa luận.....	3
CHƯƠNG 1 CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ HOẠT ĐỘNG BÁN HÀNG.....	4
1.1. Khái niệm, mục đích, ý nghĩa, vai trò và tầm quan trọng của hoạt động bán hàng trong doanh nghiệp	4
1.1.1. Khái niệm và bản chất về hoạt động bán hàng trong doanh nghiệp	4
1.1.2. Mục đích của hoạt động bán hàng trong doanh nghiệp.....	5
1.1.3. Ý nghĩa của hoạt động bán hàng trong doanh nghiệp	5
1.1.4. Vai trò của hoạt động bán hàng trong doanh nghiệp.....	6
1.1.5. Tầm quan trọng của hoạt động bán hàng trong doanh nghiệp.....	7
1.2. Một số khái niệm cơ bản khác	8
1.3. Các nhân tố ảnh hưởng hoạt động bán hàng của doanh nghiệp.....	11
1.3.1 Môi trường bên ngoài doanh nghiệp.....	12
1.3.2 Môi trường bên trong doanh nghiệp	14
1.4. Phương pháp của hoạt động bán hàng trong doanh nghiệp	17
1.5. Tiến trình của hoạt động bán hàng trong doanh nghiệp.....	17
Tóm tắt chương 1	22
CHƯƠNG 2 THỰC TRẠNG HOẠT ĐỘNG BÁN HÀNG TẠI CÔNG TY CỔ PHẦN ASOFT	23

2.1. Giới thiệu sơ lược về Công ty Cổ phần ASOFT	23
2.1.1. Thông tin chung về công ty Cổ phần ASOFT	24
2.1.2. Ngành nghề kinh doanh của công ty.....	24
2.1.3. Cơ cấu tổ chức	27
2.1.4. Kết quả tình hình hoạt động kinh doanh của Công ty Cổ phần ASOFT.....	28
2.2. Thực trạng hoạt động bán hàng của Công ty Cổ phần ASOFT	32
2.2.1. Phân tích môi trường kinh doanh của doanh nghiệp	32
2.2.1.1. Nhân tố bên ngoài doanh nghiệp.....	32
2.2.1.2. Nhân tố bên trong doanh nghiệp	36
2.2.2. Phân tích ma trận SWOT	37
2.2.3. Tình hình bán hàng của công ty.....	39
2.2.3.1. Tình hình bán hàng trung bình hằng tháng theo mặt hàng..	39
2.2.3.2. Quy trình bán hàng của phòng kinh doanh tại công ty.....	40
2.2.4. Các hoạt động bán hàng của công ty Cổ phần ASOFT	42
2.2.4.1. Nhân tố Marketing – 4P trong hoạt động bán hàng của công ty	42
2.2.4.2. Các chính sách bán hàng của công ty.....	49
2.2.4.3. Các dịch vụ chăm sóc khách hàng của công ty.....	50
2.2.4.4. Cơ sở vật chất của công ty.....	51
2.2.4.5. Đội ngũ bán hàng của công ty	51
2.2.5. Đánh giá hiệu quả công tác bán hàng	52
2.3. Đánh giá chung về thực trạng hoạt động bán hàng của công ty Cổ phần ASOFT	54
Tóm tắt chương 2.....	55
CHƯƠNG 3 MỘT SỐ GIẢI PHÁP GIÚP HOÀN THIỆN VÀ THÚC ĐẨY HOẠT ĐỘNG BÁN HÀNG TẠI CÔNG TY CỔ PHẦN ASOFT ...	57
3.1. Phương hướng và mục tiêu phát triển của công ty.....	57
3.1.1. Phương hướng phát triển của công ty	57
3.1.2. Mục tiêu phát triển của công ty	57

3.2. Đề xuất một số giải pháp nhằm hoàn thiện hoạt động bán hàng tại ASOFT	57
3.2.1. Giải pháp bổ sung và hoàn thiện hoạt động nghiên cứu và phát triển thị trường (Research and Development)	58
3.2.2. Giải pháp bổ sung công tác quản trị bán hàng.....	60
3.2.3. Giải pháp xây dựng uy tín hình ảnh thương hiệu, phát triển và duy trì lòng trung thành khách hàng	61
Tóm tắt chương 3	65
KẾT LUẬN VÀ KIẾN NGHỊ	66
1. Kết luận	66
2. Kiến nghị	67
3. Hạn chế của khóa luận	68
TÀI LIỆU THAM KHẢO	69