

MỤC LỤC

LỜI CẢM ƠN	i
LỜI CAM ĐOAN	ii
MỤC LỤC.....	iii
DANH MỤC CHỮ VIẾT TẮT	vii
DANH MỤC HÌNH ẢNH.....	viii
DANH MỤC BẢNG BIỂU	ix
DANH MỤC SƠ ĐỒ	x
DANH MỤC BIỂU ĐỒ.....	x
LỜI MỞ ĐẦU	xi
CHƯƠNG 1: CƠ SỞ LÝ LUẬN	1
1.1. Khái niệm về bán hàng.....	1
1.1.1. Bản chất hoạt động bán hàng.....	1
1.1.2. Vai trò của hoạt động bán hàng.....	2
1.1.3. Quy trình hoạt động bán hàng	2
1.1.4. Các nhân tố ảnh hưởng tới hoạt động bán hàng	6
1.1.4.1. Môi trường vĩ mô	6
1.1.4.2. Môi trường vi mô	7
1.2. Tuyển dụng và đào tạo nhân viên bán hàng	9
1.3. Khái niệm về quản trị bán hàng.....	10
1.3.1. Vai trò của quản trị bán hàng	10
1.3.2. Các kênh bán hàng	11
1.3.3. Phương thức bán hàng.....	11
1.4. Một số khái niệm khác	12
1.4.1. Khái niệm khách hàng	12
1.4.2. Khái niệm thị trường	13
1.4.3. Khái niệm nhu cầu	13
1.4.4. Khái niệm sản phẩm.....	14
TÓM TẮT CHƯƠNG 1.....	15
CHƯƠNG 2: THỰC TRẠNG HOẠT ĐỘNG BÁN HÀNG TẠI CÔNG TY TNHH SUMI&SUKI	16

2.1. Giới thiệu sơ lược về công ty.....	16
2.1.1. Lịch sử hình thành	16
2.1.2. Sứ mệnh và tầm nhìn	18
2.1.2.1. Sứ mệnh.....	18
2.1.2.2. Tầm nhìn.....	18
2.1.3. Giá trị cốt lõi và mục tiêu	19
2.1.3.1. Giá trị cốt lõi.....	19
2.1.3.2. Mục tiêu	20
2.1.4. Các lĩnh vực kinh doanh	20
2.1.5. Cơ cấu tổ chức	20
2.1.5.1. Sơ đồ tổ chức	20
2.1.5.2. Chức năng và vai trò các bộ phận	21
2.1.6. Một số sản phẩm của công ty	25
2.1.7. Các khách hàng trung thành của công ty	28
2.2. Tình hình hoạt động SXKD của công ty.....	29
2.2.1. Kết quả hoạt động SXKD trong 3 năm gần đây.....	29
2.2.2. Biểu đồ kết quả hoạt động kinh doanh.....	30
2.3. Môi trường ảnh hưởng đến hoạt động bán hàng của công ty	31
2.3.1. Môi trường vĩ mô.....	31
2.3.1.1. Chính trị – pháp luật	31
2.3.1.2. Kinh tế.....	32
2.3.1.3. Văn hóa – Xã hội	32
2.3.1.4. Môi trường tự nhiên.....	32
2.3.1.5. Khoa học và công nghệ	32
2.3.2. Môi trường vi mô bên ngoài công ty.....	32
2.3.2.1. Đối thủ cạnh tranh hiện tại	32
2.3.2.2. Đối thủ cạnh tranh tiềm ẩn	33
2.3.2.3. Khách hàng.....	34
2.3.3. Môi trường vi mô bên trong công ty.....	35
2.3.3.1. Cơ sở vật chất	35
2.3.3.2. Tài chính	35

2.4.	Thực trạng hoạt động bán hàng tại Công ty TNHH Sumi&Suki	36
2.4.1.	Tổ chức hoạt động bán hàng tại công ty	36
2.4.1.1.	Nghiên cứu thị trường	36
2.4.1.2.	Lựa chọn nguồn hàng	36
2.4.1.3.	Dự trữ và mua hàng hóa.....	37
2.4.2.	Kênh phân phối bán hàng	37
2.4.2.1.	Kênh 1: Kênh bán hàng trực tiếp	37
2.4.2.2.	Kênh 2 và kênh 3: Kênh bán hàng gián tiếp	38
2.5.	Quy trình bán hàng tại công ty	39
2.5.1.	Sơ đồ quy trình bán hàng của công ty	40
2.5.2.	Phân tích sơ đồ quy trình bán hàng.....	40
2.5.2.1.	Tìm kiếm khách hàng	40
2.5.2.2.	Tiếp cận khách hàng	42
2.5.2.3.	Giới thiệu sản phẩm.....	43
2.5.2.4.	Thuyết phục khách hàng	43
2.5.2.5.	Ký kết hợp đồng bán hàng	44
2.5.2.6.	Giao hàng	44
2.5.2.7.	Thanh toán.....	45
2.5.2.8.	Chăm sóc khách hàng	45
2.5.3.	Đánh giá, nhận xét về sơ đồ quy trình bán hàng.....	46
2.6.	Các chính sách bán hàng của công ty	47
2.6.1.	Chính sách về sản phẩm	47
2.6.2.	Chính sách chiết khấu.....	48
2.6.3.	Chính sách thanh toán	48
2.6.4.	Chính sách vận chuyển	48
2.6.5.	Chính sách đổi trả sản phẩm.....	49
2.6.6.	Chính sách ưu đãi, khuyến mãi.....	49
2.7.	Các dịch vụ chăm sóc khách hàng của công ty	50
2.7.1.	Chăm sóc khách hàng qua gọi điện thoại:	50
2.7.2.	Chăm sóc khách hàng tại nhà:	55
2.7.3.	Chăm sóc khách hàng qua mạng xã hội: (zalo, mail)	55

2.8. Phân tích đội ngũ bán hàng của công ty.....	55
2.8.1. Phân tích đội ngũ quản lý bán hàng.....	55
2.8.2. Phân tích đội ngũ nhân viên bán hàng.....	56
2.8.2.1. Nhóm bán hàng gián tiếp.....	57
2.8.2.2. Nhóm bán hàng trực tiếp.....	57
2.8.2.3. Phân công công việc.....	58
2.8.2.4. KPI.....	59
2.8.3. Hoạt động giám sát bán hàng.....	60
2.8.4. Đánh giá hiệu quả bán hàng.....	62
2.8.4.1. Doanh thu bán hàng.....	62
2.8.4.2. Giá vốn hàng bán.....	64
2.8.4.3. Chi phí quản lý doanh nghiệp.....	66
2.8.4.4. Lợi nhuận trước thuế.....	68
2.9. Nhận xét về hoạt động bán hàng của công ty.....	70
2.9.1. Ưu điểm.....	70
2.9.2. Nhược điểm.....	71
TÓM TẮT CHƯƠNG 2.....	72
CHƯƠNG 3: GIẢI PHÁP NÂNG CAO HIỆU QUẢ HOẠT ĐỘNG BÁN HÀNG TẠI CÔNG TY TNHH SUMI&SUKI.....	73
3.1. Định hướng phát triển công ty.....	73
3.1.1. Phát triển chính sách đãi ngộ nhân sự.....	73
3.1.2. Xây dựng các mối quan hệ với khách hàng.....	73
3.1.3. Liên tục nghiên cứu thị trường cập nhật thông tin.....	74
3.2. Các giải pháp nâng cao hiệu quả hoạt động bán hàng.....	74
3.2.1. Chiến lược giá hợp lý.....	74
3.2.2. Hoạt động khuyến mãi.....	75
3.2.3. Tuyển dụng và đào tạo lực lượng bán hàng.....	75
TÓM TẮT CHƯƠNG 3.....	77
KẾT LUẬN.....	78
TÀI LIỆU THAM KHẢO.....	80