

LỜI MỞ ĐẦU

Cùng với việc gia nhập WTO và tự do hóa thương mại, ngày càng có nhiều các nhà kinh doanh bán lẻ hoạt động tại thị trường Việt Nam. Thêm vào đó, sự bùng nổ các loại hình hoạt động thương mại trong nước đã làm cho cuộc cạnh tranh trong lĩnh vực này đã trở lên gay gắt và quyết liệt. Người tiêu dùng được lợi vì có nhiều cơ hội lựa chọn những sản phẩm thỏa mãn được nhu cầu của mình với giá cả phù hợp với thu nhập. Trong điều kiện nguồn cung không ngừng tăng lên và cầu luôn bị tác động của nhiều yếu tố chi phối, muốn tồn tại và phát triển, các doanh nghiệp kinh doanh thương mại phải tìm mọi biện pháp để giành giật khách hàng. Nói cách khác là giành giữ, chiếm lĩnh và mở rộng thị phần. Đây là điều kiện sống còn của doanh nghiệp.

Với một nhu cầu cần được thỏa mãn trong điều kiện cạnh tranh tự do, khách hàng có thể lựa chọn nhiều nhà cung cấp khác nhau. Để có thể giành được lòng tin của khách hàng, các doanh nghiệp thương mại phải thực hiện nhiều động tác, trong đó, khâu bán hàng là quan trọng nhất. Muốn vậy, cần phải có một đội ngũ nhân viên chuyên nghiệp. Từ lâu, vai trò của đội ngũ bán hàng đã được các doanh nghiệp thương mại đánh giá rất cao. Tuy vậy những người bán hàng chỉ trở thành chuyên nghiệp thực sự một khi họ được đào tạo một cách bài bản, huấn luyện để am hiểu về sản phẩm, khách hàng và có thái độ phục vụ chu đáo, tận tình. Song như vậy vẫn chưa đủ để thành công, họ cần có các kỹ năng làm việc theo một quy trình cụ thể, khoa học. Điều này không chỉ tạo điều kiện cho các nhà quản lý có thể giám sát, kiểm tra khâu bán hàng mà còn giúp các nhân viên bán hàng chủ động hơn trong công việc, làm việc khoa học, đạt hiệu quả cao. Khách hàng sẽ cảm thấy hài lòng khi được sử dụng các dịch vụ do công ty cung cấp. Như vậy, trong kinh doanh thương mại hiện đại, việc xây dựng Quy trình bán hàng là một trong các yếu tố cơ bản đảm bảo cho sự thành công của các doanh nghiệp kinh doanh thương mại.

Qua thời gian nghiên cứu thực tế tại Công ty TNHH Thương mại Chấn Phong, tìm hiểu các hoạt động của Công ty trong thời gian qua, được sự động viên và khích lệ của Giám đốc Công ty cùng với sự giúp đỡ nhiệt tình của đội

**Xây dựng quy trình bán hàng tại Công ty TNHH thương mại Chấn Phong
(Thực hiện công tác tư vấn của Công ty TNHH tư vấn quản lý và đào tạo Lê Mạnh)**

ngũ nhân viên công ty, em đã lựa chọn đề tài: “Xây dựng quy trình bán hàng tại Công ty TNHH Thương mại Chấn Phong” nhằm bước đầu vận dụng những kiến thức đã học được ở nhà trường vào thực tiễn sản xuất kinh doanh.

Ngoài phần mở đầu và kết luận, kết cấu đề tài bao gồm:

Chương 1: Xây dựng quy trình bán hàng - Một số vấn đề lý luận.

Chương 2: Thực trạng công tác tổ chức bán hàng tại Công ty TNHH thương mại Chấn Phong.

Chương 3: Đề xuất giải pháp xây dựng quy trình bán hàng cho Công ty TNHH Thương mại Chấn Phong.

Qua đây, em cũng xin gửi lời cảm ơn chân thành nhất đến các thầy, cô giáo trong khoa Quản trị kinh doanh Trường Đại học Dân Lập Hải Phòng đã truyền đạt lại cho chúng em những kiến thức cơ bản về ngành học, đồng thời cảm ơn Tiến sĩ Nguyễn Xuân Quang đã tận tình hướng dẫn em hoàn thành khóa luận này. Em cũng xin chân thành cảm ơn toàn thể nhân viên Công ty Lê Mạnh và đặc biệt là giám đốc Lê Đình Mạnh đã tin tưởng và ủng hộ em trong suốt thời gian qua. Cuối cùng em xin gửi lời cảm ơn tới Giám đốc và toàn thể nhân viên Công ty TNHH Thương mại Chấn Phong đã tạo điều kiện cho em hoàn thành khóa luận này.

Hải Phòng, ngày 20 tháng 6 năm 2010.

Sinh viên: Nguyễn Thị Thủy.

CHƯƠNG 1:

XÂY DỰNG QUY TRÌNH BÁN HÀNG – MỘT SỐ VẤN ĐỀ LÝ LUẬN.

1.1. Khái niệm, nội dung, vai trò và các kênh bán hàng của Doanh nghiệp thương mại.

1.1.1. Khái niệm và nội dung.

Trong nền kinh tế thị trường, mỗi đơn vị sản xuất kinh doanh là một đơn vị hạch toán độc lập, tự tổ chức quản lý hoạt động sản xuất kinh doanh của mình. Đối với doanh nghiệp thương mại phải tiến hành rất nhiều hoạt động khác nhau như tạo nguồn, mua hàng, nghiên cứu thị trường, quản lý dự trữ...trong đó bán hàng là khâu quan trọng mấu chốt nhất. Chỉ có bán được hàng doanh nghiệp thương mại mới có thể thu hồi vốn kinh doanh, thực hiện được lợi nhuận, tái mở rộng kinh doanh.

Bán hàng là sự thực hiện giá trị và chuyển giao quyền sở hữu hàng hoá, kết thúc quá trình này người mua nhận được hàng, người bán nhận được tiền (hoặc ít ra cũng có cơ sở đòi tiền người mua).

Ở doanh nghiệp thương mại, bán hàng là kết quả của nhiều hoạt động liên quan và kế tiếp nhau:

- Nghiên cứu thị trường, nghiên cứu tâm lí tập quán của người tiêu dùng.
- Xác định các kênh bán và hình thức bán.
- Phân phối hàng hóa vào các kênh bán.
- Tiến hành quảng cáo, xúc tiến bán.
- Thực hiện các nghiệp vụ bán hàng ở cửa hàng, quầy hàng.
- Đánh giá kết quả, thu thập thông tin phản hồi để tiếp tục hoạt động buôn bán.

Như vậy hoạt động bán hàng ở doanh nghiệp thương mại được xem xét như một quá trình kinh tế bao gồm các công việc có liên hệ mật thiết với nhau được tiến hành ở các bộ phận khác nhau trong doanh nghiệp. Nó khác với hành vi bán hàng của nhân viên bán hàng chỉ bao gồm những nghiệp vụ bán hàng cụ thể được thực hiện tại quầy hàng, cửa hàng.

1.1.2. Vai trò và các kênh bán hàng.

- **Vai trò.**

Bán hàng là nghiệp vụ kinh doanh cơ bản, trực tiếp thực hiện chức năng lưu thông hàng hoá phục vụ cho sản xuất và đời sống của nhân dân, là khâu quan trọng nối liền sản xuất với tiêu dùng, đảm bảo cân đối giữa cung và cầu đối với từng mặt hàng cụ thể, góp phần ổn định giá cả thị trường.

Bán hàng là nghiệp vụ cơ bản thực hiện mục đích kinh doanh của doanh nghiệp là lợi nhuận, vì vậy nó quyết định và chi phối các hoạt động nghiệp vụ khác của doanh nghiệp như: nghiên cứu thị trường, tạo nguồn mua hàng, dịch vụ, dự trữ.

Hoạt động bán hàng được thực hiện theo chiến lược và kế hoạch kinh doanh đã vạch ra, hàng hoá của doanh nghiệp được khách hàng chấp nhận, uy tín của đơn vị được giữ vững và củng cố trên thương trường. Bán hàng là khâu hoạt động có quan hệ mật thiết với khách hàng, ảnh hưởng đến niềm tin, uy tín và sự tái tạo nhu cầu người tiêu dùng. Do vậy, đó cũng là vũ khí cạnh tranh mạnh mẽ của doanh nghiệp với các đối thủ cạnh tranh.

Kết quả hoạt động bán hàng phản ánh kết quả hoạt động kinh doanh, phản ánh sự đúng đắn, mục tiêu của chiến lược kinh doanh, phản ánh sự nỗ lực cố gắng của doanh nghiệp trên thị trường, đồng thời thể hiện trình độ tổ chức, năng lực điều hành, tỏ rõ thế và lực của doanh nghiệp trên thương trường.

Thị trường luôn luôn biến động, thay đổi không ngừng, vì thế bán hàng không còn là vấn đề mới mẻ nhưng nó luôn mang tính thời sự cấp bách, và là mối quan tâm hàng đầu của các doanh nghiệp trong nền kinh tế quốc dân.

- **Các kênh bán hàng ở doanh nghiệp thương mại.**

Từ sản xuất đến tiêu dùng, hàng hoá có thể được mua bán qua các kênh phân phối khác nhau do phụ thuộc vào những yếu tố như đặc điểm, tính chất của sản phẩm và các điều kiện vận chuyển, bảo quản, sử dụng...

Hệ thống các kênh bán hàng cơ bản bao gồm:

Kênh 1: Mua bán hàng hoá trực tiếp giữa người sản xuất hay nhập khẩu hàng hoá với người tiêu dùng - tiêu dùng cho sản xuất và tiêu dùng cho các cá nhân.

Xây dựng quy trình bán hàng tại Công ty TNHH thương mại Chấn Phong (Thực hiện công tác tư vấn của Công ty TNHH tư vấn quản lý và đào tạo Lê Mạnh)

Kênh phân phối này bảo đảm cho hàng hoá lưu chuyển nhanh, giảm được chi phí lưu thông, quan hệ giao dịch mua bán giản đơn, thuận tiện.

Kênh 2: Việc lưu thông hàng hoá phải qua khâu trung gian – người bán lẻ. Đó là loại kênh ngắn, thuận tiện cho người tiêu dùng, hàng hoá cũng được lưu chuyển nhanh, người sản xuất hay nhập khẩu được giải phóng khỏi chức năng bán lẻ.

Kênh 3: Việc mua bán hàng hoá phải qua nhiều khâu trung gian – bán buôn và bán lẻ. Kênh này thuộc loại kênh dài, từng khâu của quá trình sản xuất và lưu thông được chuyên môn hoá, tạo điều kiện để phát triển sản xuất, mở rộng thị trường, sử dụng có hiệu quả cơ sở vật chất và tiền vốn.

Kênh 4: Sự vận động của hàng hoá từ nơi sản xuất đến nơi tiêu dùng như kênh 3, nhưng trong quan hệ giao dịch mua bán xuất hiện khâu môi giới trung gian. Người môi giới mua bán cần thiết khi xuất hiện cung hoặc cầu về loại hàng hoá nào đó, mà người bán hoặc người mua thiếu các kênh thông tin hoặc khó khăn về tiếp cận, giao dịch mua bán.

1.2. Khách hàng và tổ chức nghiệp vụ bán hàng.

1.2.1. Khách hàng và các hình thức, phương thức bán hàng ở doanh nghiệp.

- **Khách hàng.**

Khách hàng là những cá nhân, nhóm người, doanh nghiệp có nhu cầu về hàng hoá dịch vụ và khả năng thanh toán phù hợp, chưa đáp ứng và mong muốn được thoả mãn.

Các doanh nghiệp thương mại xuất hiện trên thương trường vừa với tư cách là người mua, vừa với tư cách người bán. Mua là điều kiện, bán là mục đích. Có bán được hàng theo kế hoạch đề ra thì mới thực hiện được mục tiêu kinh doanh. Vì vậy khách hàng có vai trò đặc biệt trong kinh doanh thương mại. Vai trò của khách hàng được thể hiện ở các mặt.

- + Khách hàng quyết định người bán, quyết định thị trường – người mua là “thượng đế”.
- + Khách hàng là nhân tố quan trọng điều tiết sản xuất, hướng dẫn sản xuất và nhà kinh doanh. Khách hàng chỉ hài lòng với sản phẩm hàng hoá dịch vụ chất lượng cao, giá cả phù hợp và mua bán thuận lợi. Bởi vậy các nhà sản xuất,

Xây dựng quy trình bán hàng tại Công ty TNHH thương mại Chấn Phong (Thực hiện công tác tư vấn của Công ty TNHH tư vấn quản lý và đào tạo Lê Mạnh)

kinh doanh phải không ngừng cải tiến mẫu mã và chất lượng hàng hoá, đổi mới phương thức bán hàng.

- + Khách hàng vừa là yếu tố của cạnh tranh, vừa là vũ khí cạnh tranh của doanh nghiệp. Giữ được niềm tin với khách hàng và đề ra phương pháp chiêu khách, tiếp thị tốt là một trong những yếu tố quyết định sự thành công trong kinh doanh.

Tùy theo mặt hàng, đặc điểm và tính chất kinh doanh mỗi doanh nghiệp thương mại có những loại khách hàng khác nhau. Tuy nhiên chúng ta có thể nghiên cứu khách hàng của các doanh nghiệp thương mại theo một số tiêu thức chủ yếu sau đây.

Một là, theo mục tiêu sử dụng hàng hoá có các loại khách hàng là doanh nghiệp sản xuất hoặc doanh nghiệp thương mại khác, các nhân hoặc nhóm người tiêu dùng trong và ngoài nước.

Hai là, theo khối lượng hàng hoá mua bán, có các loại khách hàng mua khối lượng lớn và khách hàng mua khối lượng nhỏ, người mua buôn, người mua lẻ. Khách hàng nào cũng đáng trân trọng, cũng đều là thượng đế nhưng về mặt kinh tế cần khuyến khích người mua khối lượng hàng hoá lớn, người mua buôn.

Ba là, theo tính chất quan hệ mua bán giữa người mua với doanh nghiệp thương mại có các loại khách hàng mới và khách hàng truyền thống. Doanh nghiệp càng có nhiều khách hàng truyền thống thì tính ổn định trong kinh doanh của của khách hàng càng cao. Khách hàng truyền thống là lá chắn vững chắc cho doanh nghiệp khi có cạnh tranh gay gắt trên thương trường. Khách hàng mới có thể trở thành khách hàng truyền thống nếu doanh nghiệp tạo cho họ niềm tin và giữ được chữ tín.

Ngoài các khách hàng nói trên, tùy theo yêu cầu cụ thể trong kinh doanh của từng doanh nghiệp có thể nghiên cứu cách phân loại khách hàng phù hợp.

• Các hình thức và phương thức bán hàng ở doanh nghiệp.

Trong hoạt động kinh doanh, người mua cũng như người bán có quyền lựa chọn những hình thức và phương thức bán hàng thuận tiện, phù hợp với điều kiện của mình.

Xây dựng quy trình bán hàng tại Công ty TNHH thương mại Chấn Phong (Thực hiện công tác tư vấn của Công ty TNHH tư vấn quản lý và đào tạo Lê Mạnh)

Hình thức và phương thức bán phản ánh mối quan hệ giữa người mua và người bán trong mua bán, thanh toán, vận chuyển... Thực tiễn trong hoạt động kinh doanh thương mại thế giới và trong nước có các hình thức bán hàng sau:

❖ *Căn cứ vào địa điểm giao hàng cho khách hàng có hình thức bán tại kho của người cung ứng, tại kho của doanh nghiệp thương mại, bán qua cửa hàng quầy hàng và bán tại đơn vị tiêu dùng.*

Bán hàng tại kho của người cung ứng hay tại kho của doanh nghiệp thương mại thích hợp với nhu cầu lớn, tiêu dùng ổn định và người mua có sẵn phương tiện vận chuyển hàng hóa. Bán qua cửa hàng, quầy hàng thích hợp với nhu cầu, danh mục hàng hóa nhiều, chu kỳ tiêu dùng không ổn định.

Bán tận đơn vị tiêu dùng, bán tại nhà theo yêu cầu của khách hàng là hình thức bán tạo thuận lợi cho người mua và là phương thức chủ yếu nâng cao chất lượng phục vụ khách hàng và cạnh tranh lẫn nhau.

❖ *Theo khâu lưu chuyển hàng hoá có bán buôn và bán lẻ.*

Bán buôn là bán hàng với khối lượng lớn, theo hợp đồng và thanh toán không dùng tiền mặt. Kết thúc quá trình bán buôn, hàng hóa vẫn nằm trong khâu lưu thông chưa bước vào tiêu dùng. Do không phải lưu kho, bảo quản và sắp xếp lại hàng hóa tại cửa hàng nên giá bán rẻ hơn và doanh số thường cao hơn so với bán lẻ.

Bán lẻ là bán cho nhu cầu nhỏ lẻ của người tiêu dùng, đáp ứng yêu cầu kịp thời của khách hàng thanh toán ngay. Vì hàng hóa phải trải qua khâu bán buôn, lưu kho, chi phí cho bán hàng nên giá bán lẻ cao hơn, việc tăng doanh số của doanh nghiệp thương mại chậm hơn, nhưng lại nhận được nhiều thông tin trực tiếp từ người tiêu dùng.

❖ *Theo phương thức bán gồm bán theo hợp đồng và đơn hàng; thuận mua vừa bán, bán đấu giá và xuất khẩu hàng hoá.*

Tùy thuộc vai trò quan trọng của hàng hóa và yêu cầu của người bán có thể người mua phải ký kết hợp đồng và gửi đơn hàng cho người bán. Thông thường hàng hóa quan trọng, bán với khối lượng lớn, để tạo điều kiện cho người

Xây dựng quy trình bán hàng tại Công ty TNHH thương mại Chấn Phong (Thực hiện công tác tư vấn của Công ty TNHH tư vấn quản lý và đào tạo Lê Mạnh)

bán chuẩn bị hàng hóa theo yêu cầu của người mua, trong quá trình thực hiện hợp đồng, hai bên cùng thể hiện trách nhiệm và tôn trọng lợi ích của nhau.

Đối với hàng hóa không quan trọng có thể thuận mua vừa bán không cần ký kết hợp đồng, không cần gửi đơn hàng.

Một số loại hàng hóa cần bán với khối lượng lớn, hàng khó tiêu chuẩn hóa, hàng chuyên dùng, người ta dùng phương pháp bán đấu giá để tìm người mua với giá cao nhất.

Xuất khẩu là phương thức bán hàng đặc biệt cần tuân thủ các quy định xuất nhập khẩu của Chính phủ và cũng chỉ có các đơn vị được phép kinh doanh xuất nhập khẩu thực hiện.

❖ *Theo mối quan hệ thanh toán có mua đứt bán đoạn và sử dụng các hình thức tín dụng trong thanh toán như bán hàng trả chậm, bán trả góp...*

Mua đứt bán đoạn là mua bán và thanh toán ngay khi giao nhận hàng hóa. Một số hàng hóa thông thường, tiêu dùng rộng rãi phân tán, người ta chỉ sử dụng hình thức bán hàng qua đại lý trả chậm tùy theo từng loại hàng hóa như rượu, bia, thuốc lá ...

❖ *Hình thức bán hàng trực tiếp, bán hàng từ xa qua điện thoại, bán hàng qua người môi giới, qua nhân viên tiếp thị và bán hàng qua internet.*

Trong điều kiện cạnh tranh khốc liệt, các doanh nghiệp lớn cũng tăng cường bán hàng trực tiếp cho người tiêu dùng, bán hàng từ xa qua điện thoại tuy doanh số thấp nhưng họ lại nhận được những thông tin bổ ích về nhu cầu thị trường.

Bán hàng qua người môi giới phù hợp với doanh nghiệp lần đầu tiên thâm nhập thị trường hoặc thị trường biến động nhanh mà người bán lại có ít kinh nghiệm và cũng rất phù hợp khi doanh nghiệp muốn thâm nhập thị trường mà việc tuyên truyền quảng cáo gặp khó khăn.

Hình thức bán hàng qua tiếp thị đang được các hãng nước ngoài sử dụng để đưa sản phẩm vào Việt Nam. Bởi vậy, các doanh nghiệp thương mại cần sớm có kế hoạch đào tạo và bồi dưỡng, xây dựng đội ngũ tiếp thị có chuyên môn nghiệp vụ cao để cạnh tranh hiệu quả trong kinh doanh.

Xây dựng quy trình bán hàng tại Công ty TNHH thương mại Chấn Phong (Thực hiện công tác tư vấn của Công ty TNHH tư vấn quản lý và đào tạo Lê Mạnh)

Trên đây là những hình thức bán hàng tiêu biểu chứ không phải là tất cả. Tùy thuộc đặc điểm hàng hóa, quy mô kinh doanh, môi trường kinh doanh, tiềm năng đội ngũ bán hàng mà các doanh nghiệp thương mại chủ động vận dụng các hình thức bán hàng khác nhau nhằm giữ vững, mở rộng thị trường, tăng nhanh doanh số và lợi nhuận cho doanh nghiệp.

1.2.2. Tổ chức nghiệp vụ bán hàng và yêu cầu đối với nhân viên bán hàng.

- **Tổ chức nghiệp vụ bán hàng.**

Tổ chức nghiệp vụ bán hàng ở doanh nghiệp thương mại là quá trình thực hiện hợp đồng mua bán hàng hoá với từng khách hàng hoặc là đáp ứng tức thời yêu cầu của người mua ở các cửa hàng, quầy hàng thuận tiện.

Đối với hình thức bán buôn, mua bán theo hợp đồng, tùy theo số lượng hàng hoá, phương thức giao nhận thanh toán mà phân công số nhân viên bán hàng phù hợp để đáp ứng yêu cầu giao dịch mua bán của khách hàng ở những địa điểm thuận tiện cho cả hai bên.

Đối với hình thức bán lẻ thường diễn ra ở cửa hàng, quầy hàng, xe bán hàng lưu động ... cần căn cứ vào lượng hàng hoá tiêu thụ bình quân một ngày đêm để chuẩn bị lực lượng hàng hóa, thiết bị, phương tiện và nhân viên bán hàng để đáp ứng kịp thời đầy đủ nhu cầu của các loại khách hàng trong ngày.

Dù bán hàng với hình thức nào và diễn ra ở đâu thì cũng cần đảm bảo các yêu cầu: văn minh, khoa học, lịch sử. Muốn vậy địa điểm giao dịch, mua bán phải khang trang, sạch đẹp; tổ chức bán hàng thuận tiện cho người mua, đáp ứng tốt nhất yêu cầu của họ với thái độ mềm dẻo, lịch sử gây ấn tượng tốt với khách hàng.

- **Yêu cầu đối với nhân viên bán hàng.**

Các nhân viên bán hàng là lực lượng quan trọng để thực hiện mục tiêu, phương án kinh doanh của doanh nghiệp thương mại. Tùy theo từng ngành nghề kinh doanh, hình thức và phương tiện mua bán mà đề ra các yêu cầu khác nhau đối với các nhân viên bán hàng. Tuy vậy có thể khái quát các yêu cầu đối với nhân viên bán hàng như sau:

Xây dựng quy trình bán hàng tại Công ty TNHH thương mại Chấn Phong (Thực hiện công tác tư vấn của Công ty TNHH tư vấn quản lý và đào tạo Lê Mạnh)

Một là, phải tinh thông về kỹ thuật - nghiệp vụ hàng hoá. Nhân viên bán hàng phải có trình độ chuyên môn về những mặt hàng mình phụ trách để tuyên truyền, giới thiệu và hướng dẫn khách hàng trong quá trình mua bán cũng như sử dụng. Phải biết sử dụng thành thạo, chuẩn xác các phương tiện, thiết bị trong quá trình cân đo đóng gói, giao nhận, vận chuyển hàng hoá.

Hai là, phải có thái độ vui vẻ, lịch sự, biết chủ động mời chào khách hàng đúng lúc, kịp thời, gây được thiện cảm ngay từ phút đầu gặp gỡ. Trong quá trình giao dịch cần tỏ thái độ tôn trọng không phân biệt đối xử với mọi khách hàng, lắng nghe để nắm bắt được tâm lý của khách hàng. Nói tóm lại phải coi khách hàng là thượng đế, vì khách hàng là người trả lương cho nhân viên bán hàng.

Ba là, phải có tính kiên trì, nhẫn nại trong giao tiếp, tính trung thực trong hành vi ứng xử nhằm tạo môi trường thuận lợi cho bán hàng và bán được nhiều hàng, nâng cao được uy tín của cửa hàng và của doanh nghiệp.

Để có một đội ngũ nhân viên bán hàng giỏi, tinh thông nghiệp vụ, doanh nghiệp phải có kế hoạch tuyển chọn, bồi dưỡng và chính sách sử dụng hợp lí.

1.3. Cơ sở lý luận về xây dựng Quy trình bán hàng.

1.3.1. Khái niệm, tác dụng của quy trình.

- **Khái niệm.**

Quy trình là một chuỗi các bước công việc trong đó có điểm bắt đầu và điểm kết thúc để hướng dẫn tiến hành một công việc cụ thể nào đó.

- **Tác dụng**

Tác dụng của việc lập quy trình bao gồm:

- Xác định cách thực hiện một nhiệm vụ để đạt kết quả đã định.
- Chuẩn hóa cách thực hiện một nhiệm vụ để hạn chế tối đa sự thay đổi.
- Là cơ sở để đào tạo những người thực hiện nhiệm vụ.
- Là một công cụ thông tin hỗ trợ người thực hiện nhiệm vụ trong các hoạt động công việc.

1.3.2. Loại quy trình, phạm vi và người sử dụng quy trình.

- **Loại quy trình.**

Có 3 loại chính:

Xây dựng quy trình bán hàng tại Công ty TNHH thương mại Chấn Phong (Thực hiện công tác tư vấn của Công ty TNHH tư vấn quản lý và đào tạo Lê Mạnh)

- Các nhiệm vụ quản trị.
- Các nhiệm vụ liên quan đến nhận thức.
- Các nhiệm vụ liên quan đến động cơ.
- ***Phạm vi của quy trình.***

Một câu hỏi thường gặp khác là “Quy trình có độ dài bao nhiêu?”. Thực ra, câu hỏi này thường có nghĩa là “Quy trình có phạm vi rộng đến đâu?”

Điều này phần nào phụ thuộc vào việc quy trình có mô tả một quá trình gồm nhiều nhiệm vụ (do nhiều người từ nhiều phòng ban khác nhau thực hiện) hay không, hoặc quy trình chỉ quy định cho một nhiệm vụ và các bước cần thiết để hoàn thành nhiệm vụ.

Không có cách làm nào tuyệt đối đúng hay tuyệt đối sai khi lập quy trình: soạn thảo và duy trì một quy trình ngắn với phạm vi nhỏ thì dễ hơn, nhưng cuối cùng lại phải lập ra nhiều quy trình hơn.

Từ quan điểm của người sử dụng, các quy trình từ 2 đến 6 trang thường không đáng ngại như một tài liệu 30 trang.

- ***Người sử dụng quy trình.***

Người sử dụng cấp 1: là những người thực sự thực hiện những nhiệm vụ được xác định trong quy trình.

Người sử dụng cấp 2: là những người có thể cần biết một điều gì đó về quy trình nhưng không trực tiếp sử dụng quy trình.

- Ai là người sử dụng cấp 1 của quy trình?
- Họ có kinh nghiệm không?
- Tốc độ thay thế và tuyển dụng nhân viên trong tổ chức có ổn định không?
- Nhân viên có khả năng đọc tài liệu bằng ngôn ngữ dùng để viết quy trình không và mức độ khả năng đến đâu?
- Trên thực tế nhân viên sẽ sử dụng tài liệu như thế nào?
- Nhân viên có để công khai quy trình tại nơi làm việc không, hay chỉ sử dụng quy trình khi cần tham khảo?
- Người sử dụng quy trình có thường xuyên thực hiện nhiệm vụ không?
- Họ sẽ được đào tạo đến mức độ nào?

Câu trả lời cho những câu hỏi này sẽ xác định mức độ cụ thể của quy trình.

1.3.3. Mức độ, tính chất và bố cục mô tả.

- **Mức độ.**

Một việc quan trọng cần quyết định trước khi lập quy trình (hoặc trước khi sửa đổi một hệ thống quy trình) là xác định mức độ chi tiết mà quy trình cần đáp ứng. Điều này được cho là rất quan trọng - đó là sự cân đối mức độ chi tiết với mức độ kỹ năng của người sử dụng.

Quá nhiều chi tiết sẽ gây nhầm lẫn, quá ít chi tiết thì không đủ thông tin. Do đó nên đảm bảo “mức độ chi tiết thích hợp” để quy trình đủ thông tin và người sử dụng có thể tuân thủ quy trình mà không bị nhầm lẫn.

Khối lượng chi tiết tối thiểu cho một quy trình cần bao gồm các câu hỏi “cái gì” có ý nghĩa then chốt (tức là các bước cần thiết để xác định những gì sẽ xảy ra), các câu hỏi “như thế nào” có ý nghĩa then chốt (tức là các bước phụ để xác định từng bước chính sẽ được thực hiện như thế nào), và “ai”, nếu thích hợp (tức là ai sẽ thực hiện những bước chính và bước phụ, nếu không chỉ có một người liên quan).

- **Tính chất quan trọng.**

Tính quan trọng được hiểu là những điều cần thiết để người thực hiện hoàn thành thành công mục đích của quy trình. Ở một mức độ nào đó, tính chất quan trọng phụ thuộc vào những gì mà người thực hiện được đào tạo, cũng như kinh nghiệm và trình độ của anh ta/cô ta. Khi mức độ chi tiết tăng lên (theo độ dài của tài liệu), định nghĩa “tính chất quan trọng” sẽ được mở rộng.

Đối với các quy trình được viết chi tiết hoặc rất chi tiết, các câu hỏi “như thế nào” sẽ ít hơn.

Các nguy cơ khi viết một quy trình chi tiết và rất chi tiết bao gồm:

- Những quy trình như vậy có thể rất khó đọc và khó áp dụng.
- Hơn nữa, các quy trình này có thể không chấp nhận sự sai sót.
- Chỉ cần một trong số các chi tiết rất cụ thể thay đổi, quy trình sẽ sai về mặt kỹ thuật.

Xây dựng quy trình bán hàng tại Công ty TNHH thương mại Chấn Phong (Thực hiện công tác tư vấn của Công ty TNHH tư vấn quản lý và đào tạo Lê Mạnh)

Do đó, thách thức ở đây là phải soạn thảo được một tài liệu hữu ích chỉ quy định những quy trình hoặc nhiệm vụ thật sự cần thiết.

Tài liệu cần chi tiết hơn nếu:

- Nhiệm vụ ít khi được thực hiện
- Nhiệm vụ có nhiều người tham gia
- Nhiệm vụ chỉ cho phép sai sót nhỏ trong thực hiện
- Nhiệm vụ có ý nghĩa quan trọng
- Đào tạo chưa toàn diện
- Ít thời gian thực hành
- Mức độ chuẩn hoá

Không phải tất cả các quy trình đang áp dụng trong tổ chức đều có mức độ chi tiết như nhau; điều hợp lý là phải soạn thảo được các quy trình đáp ứng nhu cầu của người sử dụng.

- ***Bố cục mô tả.***

Điều cần cân nhắc trước khi viết là quyết định xem quy trình sẽ được trình bày như thế nào (bố cục của quy trình).

1.4. Soạn thảo quy trình.

1.4.1. Một số hướng dẫn viết quy trình và các bước soạn thảo, thực hiện quy trình.

- ***Một số hướng dẫn viết quy trình.***

Hướng dẫn số 1: Phác thảo quy trình.

Trước khi bắt đầu viết quy trình, hãy viết một bản phác thảo bao gồm: một biểu đồ tiến trình đơn giản, một bản mô tả vắn tắt về những gì cần làm trong từng bước, các câu hỏi “như thế nào” có ý nghĩa then chốt, thời điểm tiến hành các bước và bất kỳ thông số kỹ thuật nào cần được đáp ứng, các lưu ý phòng ngừa, cảnh báo hoặc các ghi chú khác.

Từ bản phác thảo này, việc viết quy trình bằng bố cục hoặc mẫu “chính thức” sẽ dễ dàng hơn.

Ưu điểm của việc phác thảo quy trình là những người quen thuộc nhất với quá trình công việc hoặc nhiệm vụ có thể làm việc phác thảo. Khi bản phác thảo

Xây dựng quy trình bán hàng tại Công ty TNHH thương mại Chấn Phong (Thực hiện công tác tư vấn của Công ty TNHH tư vấn quản lý và đào tạo Lê Mạnh)

đã hoàn thành, một người có kỹ năng viết chuyên nghiệp có thể viết cả quy trình nhanh và dễ dàng hơn.

Hướng dẫn số 2: Sử dụng từ ngữ có ý nghĩa chủ động

Khi viết quy trình, sẽ phát sinh vấn đề phong cách viết: Bạn sử dụng bao nhiêu từ? Rất khó viết những câu kể sử dụng nhiều từ. Các hoạt động hoặc yêu cầu thường bị che lấp mất dưới những câu kiểu này. Hơn nữa, khi rà soát và phê duyệt, quy trình càng nhiều từ thì càng tạo ra nhiều vấn đề bàn cãi.

Cách tốt nhất là viết rõ ràng và ở thể chủ động.

Hướng dẫn số 3: Đem đến cho người sử dụng quy trình sự linh hoạt trong trình tự các bước.

Sử dụng các gạch đầu dòng thay cho số và chữ cái, nếu thích hợp. Các số và chữ cái xác định một chuỗi hoạt động trong đó các bước phải được thực hiện theo đúng trình tự đó. Các gạch đầu dòng không thể hiện thứ bậc hay trình tự.

Một phương án thay thế khác là ghi chú trên các bước được đánh số hoặc gạch đầu dòng (ví dụ như, “Ghi chú: 5 bước dưới đây có thể được thực hiện theo trình tự bất kỳ”).

Hướng dẫn số 4: Kiểm tra và Phê duyệt

Sau khi quy trình dự thảo được soạn xong, có thể bắt đầu giai đoạn kiểm tra – thông thường có hai kiểu kiểm tra.

Trước tiên là kiểm tra chung để đảm bảo rằng tài liệu được trình bày đúng, nghĩa là chỉ có duy nhất một đầu đề và số hiệu, đầy đủ các trang và phụ lục, v.v.

Tiếp theo là kiểm tra nội dung – việc này nhất thiết phải có chuyên môn hoặc cơ sở kiến thức cụ thể. Kiểm tra nội dung sẽ có sự tham gia của các phòng/ban như phòng kiểm soát đảm bảo chất lượng, phòng phê duyệt, phòng quản lý các vụ việc liên quan đến luật định, và các phòng/ban khác, nếu phù hợp.

Hướng dẫn số 5: Thực hiện.

Trước khi quy trình có hiệu lực, những người sẽ sử dụng quy trình cần được phổ biến và đào tạo về quy trình.

Xây dựng quy trình bán hàng tại Công ty TNHH thương mại Chấn Phong (Thực hiện công tác tư vấn của Công ty TNHH tư vấn quản lý và đào tạo Lê Mạnh)

Hướng dẫn số 6: Đảm bảo cú pháp nhất quán.

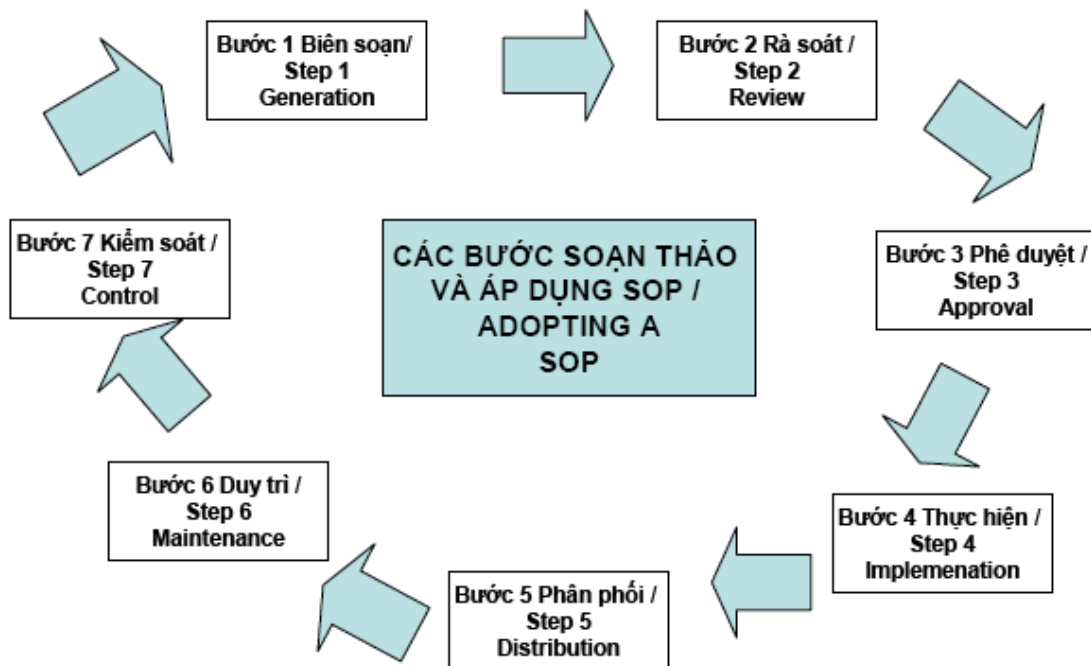
Hãy tuân thủ các quy tắc ngữ pháp trừ phi bạn có lý do thích đáng để không làm như vậy. Sử dụng các câu càng ngắn càng tốt trong các bước của quy trình. Hãy mô tả các bước này thật cô đọng nhưng không quá vắn tắt như điện tín.

Hướng dẫn số 7: Sử dụng từ vựng trong sáng

Điều quan trọng là quy trình sử dụng các từ ngữ dễ hiểu và truyền đạt đúng nghĩa, và các từ được sử dụng nhất quán.

- Sử dụng từ ngữ thống nhất trong một quy trình và giữa các quy trình khác nhau.
- Sử dụng các từ ngắn gọn, đơn giản và phổ thông trong cách dùng từ chuẩn.
- Tránh dùng các từ có thể bị hiểu nhầm.
- Hạn chế sử dụng từ viết tắt và chữ cấu tạo từ các chữ đầu từ.
- ***Các bước trong quá trình soạn thảo và thực hiện quy trình***

Hình 1/Figure 1



1.4.2. Sơ đồ khối và sử dụng sơ đồ khối trong soạn thảo quy trình.

1.4.2.1. Định nghĩa sơ đồ khối và các loại sơ đồ khối, các hình dạng cơ bản.

- **Định nghĩa sơ đồ khối.**

Sơ đồ khối là sơ đồ thể hiện một quy trình, mô tả các đầu vào, đầu ra và đơn vị hoạt động. Sơ đồ này thể hiện toàn bộ quy trình ở mức quan sát cao hoặc chi tiết (tùy thuộc vào mục đích sử dụng) cho phép phân tích và tối ưu hóa chu trình công việc.

Sơ đồ khối là mô tả một quy trình bằng sơ đồ. Sơ đồ thể hiện toàn bộ quy trình từ khi bắt đầu đến khi kết thúc, chỉ rõ các đầu vào, các đường vòng và đường nhánh, các điểm hoạt động hoặc quyết định, và cuối cùng là điểm hoàn thành.

Sơ đồ có thể dùng làm sổ tay hướng dẫn hoặc một công cụ để hỗ trợ cho việc phân tích chi tiết và tối ưu hóa chu trình công việc và chuyển giao dịch vụ.

Sơ đồ cũng có thể tạo ra cơ sở để đào tạo trong công việc cho các cán bộ chịu trách nhiệm theo dõi quy trình.

- **Các loại sơ đồ khối**

Có ba loại sơ đồ khối cơ bản:

- + Sơ đồ khối cơ bản: xác định nhanh chóng tất cả các bước chủ yếu trong quy trình. Sơ đồ này được sử dụng để định hướng các bước chủ yếu cho nhóm bằng cách đưa ra một cái nhìn tổng quan về quy trình.
- + Sơ đồ khối quy trình: xem xét quy trình ở mức độ chi tiết. Sơ đồ này liệt kê đầy đủ tất cả các bước chính và bước phụ trong một quy trình.
- + Sơ đồ khối triển khai: tương tự như các sơ đồ quy trình ở chỗ chúng cũng rất chi tiết, nhưng ngoài ra các sơ đồ triển khai còn chỉ rõ những người tham gia vào quy trình. Điều này có thể rất có ích trong trường hợp quy trình cần đến sự hợp tác giữa nhiều phòng ban chức năng.

- **Các hình dạng cơ bản**

- + Hình bầu dục: được sử dụng để biểu hiện các điểm bắt đầu và kết thúc của quy trình trong sơ đồ khối.

Xây dựng quy trình bán hàng tại Công ty TNHH thương mại Chấn Phong (Thực hiện công tác tư vấn của Công ty TNHH tư vấn quản lý và đào tạo Lê Mạnh)

- + Hình chữ nhật: được sử dụng để mô tả một hoạt động được thực hiện hoặc một nhiệm vụ được hoàn thành.
- + Hình thoi: hàm chứa các vấn đề cần được quyết định “Có” hoặc “Không”.
- + Hình trang tài liệu: được sử dụng để biểu hiện một tài liệu văn bản được soạn thảo trong quy trình của sơ đồ khối.
- + Hình nhiều trang tài liệu: được sử dụng để biểu hiện một tài liệu gồm nhiều trang.
- + Liên quan đến đầu vào/đầu ra số liệu, người ta sử dụng một hình chữ nhật nghiêng để biểu hiện một điểm trong quy trình, nơi số liệu được nhập vào hoặc gọi ra.
- + Hình mũi tên: kết nối cuối trang được sử dụng để biểu hiện dòng quy trình sẽ tiếp tục ở trang khác.

1.4.2.2. Quy trình lập sơ đồ khối.

- ***Quy trình lập sơ đồ khối.***

- Thu thập thông tin về cách thức mà quy trình diễn ra
- Thử dòng quy trình
- Đề nghị những người khác quen thuộc với quy trình hơn kiểm tra độ chính xác
- Thay đổi nếu cần thiết
- So sánh dòng quy trình thực tế với dòng quy trình tốt nhất có thể xây dựng được

Lưu ý: Quy trình cần theo chu trình các bước:

Bước 1, Bước 2,, Bước N

(Bước N = Kết thúc quy trình).

- ***Một số lời khuyên để xây dựng/giải thích các sơ đồ khối***

1. Xác định rõ ràng ranh giới của quy trình.
2. Sử dụng ký hiệu càng đơn giản càng tốt.
3. Đảm bảo rằng mỗi một đường vòng quay lại đều có một đường thoát.
4. Thường chỉ có một mũi tên đầu ra cho một ô quy trình. Nếu không, sẽ phải dùng ký hiệu hình thoi để thể hiện một quyết định.

- ***Các dạng sơ đồ khối.***

Xây dựng quy trình bán hàng tại Công ty TNHH thương mại Chấn Phong (Thực hiện công tác tư vấn của Công ty TNHH tư vấn quản lý và đào tạo Lê Mạnh)

Có rất nhiều dạng sơ đồ và ký hiệu bạn có thể sử dụng. Theo kinh nghiệm, có ba dạng sơ đồ chính có thể sử dụng cho hầu hết mọi trường hợp:

Sơ đồ ở cấp độ khái quát: chỉ vẽ ra những bước chủ yếu trong quy trình để có một cái nhìn tổng quan tốt

Sơ đồ chi tiết: vẽ ra từng bước sự kiện và quyết định trong quy trình.

Sơ đồ triển khai: tổ chức sơ đồ theo các cột, mỗi cột biểu hiện một người hoặc một phòng/ban tham gia vào quy trình.

Các điểm rắc rối trong một quy trình thường sẽ xuất hiện khi nhóm xây dựng một sơ đồ chi tiết.

Mặc dù có nhiều ký hiệu để sử dụng trong sơ đồ khối nhằm biểu hiện các bước khác nhau nhưng có thể tạo ra các sơ đồ chính xác chỉ bằng một số ít ký hiệu (ví dụ như ký hiệu hình bầu dục, hình chữ nhật, hình thoi, ký hiệu chờ, ký hiệu đám mây).

- **Để xây dựng một sơ đồ khối hiệu quả.**

- + Xác định ranh giới của quy trình bằng các điểm bắt đầu và kết thúc.
- + Hoàn thành bức tranh lớn trước khi điền thêm chi tiết.
- + Xác định rõ từng bước trong quy trình. Cần phải chính xác và trung thực. .
- + Xác định thời gian bị chậm và các bước không có giá trị gì khi thêm vào.
- + Lấy ý kiến nhận xét của những người khác tham gia quy trình.

Các sơ đồ sẽ không có tác dụng nếu thiếu chính xác hoặc nếu nhóm xây dựng thiếu hiểu biết về quy trình.

- **Giải thích**

- + Phân tích sơ đồ quy trình thực tế.
- + Phân tích sơ đồ quy trình tốt nhất có thể xây dựng được.
- + So sánh hai biểu đồ, tìm ra những điểm khác nhau. Trong phần lớn trường hợp, các giai đoạn có những điểm khác nhau sẽ là những nơi có vướng mắc trong quy trình.

CHƯƠNG 2:

**THỰC TRẠNG CÔNG TÁC TỔ CHỨC BÁN HÀNG TẠI CÔNG TY
TNHH THƯƠNG MẠI CHẤN PHONG.**

2.1. Môi quan hệ bán hàng giữa Công ty Thương mại Chấn Phong với Công ty TNHH Tư vấn Quản lý và Đào tạo Lê Mạnh.

2.1.1. Công ty TNHH Tư vấn Quản lý và Đào tạo Lê Mạnh.

- ***Quá trình hình thành và phát triển của Công ty TNHH Tư vấn quản lý và đào tạo Lê Mạnh***

Công ty TNHH Tư vấn quản lý và đào tạo Lê Mạnh là loại hình công ty TNHH một thành viên do Ông Lê Đình Mạnh sáng lập. Giấy phép kinh doanh số 0204003226 do Phòng đăng ký kinh doanh Sở Kế hoạch Đầu tư Hải Phòng cấp ngày 17 tháng 10 năm 2009.

Tên Công ty: Công ty TNHH Tư vấn Quản lý và Đào tạo Lê Mạnh.

Tên giao dịch: LE MANH MANAGEMENT CONSULTANT AND TRAINING COMPANY LIMITED.

Tên viết tắt: CTM

Địa chỉ trụ sở chính: 19/109 Nguyễn Bình Khiêm - Phường Đằng Giang - Quận Ngô Quyền - Thành phố Hải Phòng.

Mã số thuế: 0200996934.

Điện thoại: 0313.261355.

Fax: 0313.261358.

Email: ctm.manhledinh@gmail.com

Webside: www.lemanh.com.vn

Vốn điều lệ: 500.000.000 đồng.

Chủ tịch kiêm Giám đốc: Ông Lê Đình Mạnh.

- ***Ngành nghề, lĩnh vực đăng ký kinh doanh của doanh nghiệp.***

Hệ thống ngành nghề đăng ký kinh doanh của doanh nghiệp bao gồm các lĩnh vực chủ yếu sau:

Xây dựng quy trình bán hàng tại Công ty TNHH thương mại Chấn Phong (Thực hiện công tác tư vấn của Công ty TNHH tư vấn quản lý và đào tạo Lê Mạnh)

Lĩnh vực tư vấn gồm:

- + Tư vấn xây dựng hệ thống văn bản điều hành nội bộ cho doanh nghiệp, xây dựng quy chế, xây dựng cơ cấu tổ chức cho doanh nghiệp
- + Tư vấn xây dựng chiến lược, lập kế hoạch kinh doanh
- + Tư vấn xây dựng hệ thống phân phối, tiêu thụ hàng hoá
- + Tư vấn chuyên giao kiến thức, phương pháp và quản lý công nghệ mới cho doanh nghiệp
- + Tư vấn các vấn đề khác liên quan đến thành lập doanh nghiệp....

Lĩnh vực đào tạo gồm:

- + Đào tạo kỹ năng trong kinh doanh
- + Đào tạo kỹ năng phỏng vấn xin việc
- + Đào tạo tin học
- + Đào tạo quản trị nhân sự, quản trị sản xuất, quản trị marketing, quản trị chiến lược, đào tạo phân tích hoạt động kinh doanh, đào tạo lập và thẩm định dự án đầu tư
- + Đào tạo quản trị tài chính doanh nghiệp
- + Đào tạo kế toán, tài chính
- + Dịch vụ gia sư tiểu học, trung học cơ sở, trung học phổ thông...

Lĩnh vực hoạt động thương mại gồm:

- + Bán buôn máy vi tính, thiết bị ngoại vi và phần mềm
- + Bán buôn thiết bị và linh kiện điện tử, viễn thông
- + Bán buôn đồ điện gia dụng, đèn và bộ đèn điện
- + Bán buôn máy móc, thiết bị và phụ tùng máy văn phòng (trừ máy vi tính và thiết bị ngoại vi)
- + Bán buôn đồ dùng gia đình (không bao gồm dược phẩm)...

Lĩnh vực khác:

- + Môi giới hàng hoá (không bao gồm môi giới tài chính, bất động sản, chứng khoán, bảo hiểm)
- + Dịch vụ hỗ trợ khác liên quan tới vận tải chưa được phân vào đâu: dịch vụ giao nhận, dịch vụ kê khai hải quan

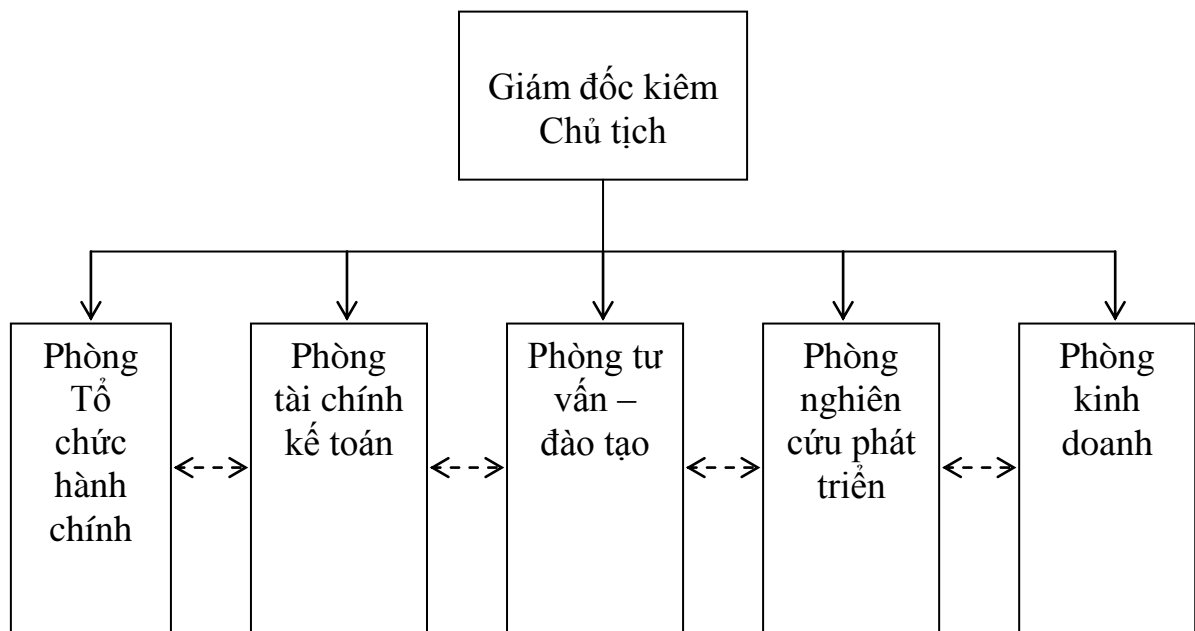
Xây dựng quy trình bán hàng tại Công ty TNHH thương mại Chấn Phong (Thực hiện công tác tư vấn của Công ty TNHH tư vấn quản lý và đào tạo Lê Mạnh)

- + Photo, chuẩn bị tài liệu: dịch vụ đánh máy soạn thảo văn bản
- + Hoạt động dịch vụ hỗ trợ kinh doanh khác còn lại chưa được phân vào đâu: dịch vụ xuất nhập khẩu hàng hoá
- + Tổ chức giới thiệu và xúc tiến thương mại

Nhìn chung, ngành nghề lĩnh vực đăng ký kinh doanh của Công ty rất đa dạng và phong phú. Đây là điều kiện để Công ty phát triển mở rộng hoạt động kinh doanh trong tương lai.

Chính do đặc điểm ngành nghề kinh doanh như trên, nên sơ đồ cơ cấu tổ chức của công ty được bố trí như sau:

Sơ đồ cơ cấu tổ chức:



Ghi chú:

- > Đường trực tuyến
- - - - -> Đường chức năng

Hiện tại số lượng nhân viên trong Công ty gồm 12 người. Trong đó có 7 lao động chính thức và 5 lao động thời vụ.

Nhìn chung, đội ngũ nhân sự trong doanh nghiệp chủ yếu là lao động trẻ đã qua đào tạo tại các trường đại học, cao đẳng và đào tạo sau đại học. Đây là điều kiện thuận lợi để doanh nghiệp xây dựng chiến lược đào tạo lâu dài nhằm

Xây dựng quy trình bán hàng tại Công ty TNHH thương mại Chấn Phong (Thực hiện công tác tư vấn của Công ty TNHH tư vấn quản lý và đào tạo Lê Mạnh)

phát triển một đội ngũ nhân viên có trình độ chuyên môn, am hiểu thực tiễn, có phong cách làm việc chuyên nghiệp sau này.

- ***Nhận nhiệm vụ xây dựng quy trình bán hàng cho Công ty TNHH thương mại Chấn Phong.***

Sau 6 tuần thực tập và làm việc tại Công ty TNHH tư vấn quản lý và đào tạo Lê Mạnh, nhờ sự giúp đỡ của lãnh đạo và nhân viên công ty em được tiếp nhận ở lại với tư cách là nhân viên học việc. Đối với cá nhân em đây vừa là cơ hội, vừa là thử thách lớn. Tuy nhiên với sự giúp đỡ chỉ bảo tận tình của các nhân viên trong công ty em đã bước đầu làm quen với công việc của một nhân viên phòng kinh doanh.

Trong quá trình học việc với tư cách là nhân viên kinh doanh của công ty Lê Mạnh em đã có cơ hội tiếp xúc trực tiếp với một số khách hàng của Công ty trong đó có Công ty TNHH thương mại Chấn Phong. Sau khi được nghe giám đốc Công ty phổ biến kế hoạch tư vấn cho Công ty Chấn Phong em đã mạnh dạn đề nghị được tham gia hỗ trợ tìm hiểu và thu thập thông tin khách hàng.

Sau đó, em chính thức được giám đốc giao nhiệm vụ tham gia thực hiện hợp đồng nói trên.

2.1.2. Khái lược về Công ty TNHH Thương mại Chấn Phong.

- ***Quá trình hình thành và phát triển của Công ty.***

Công ty TNHH thương mại Chấn Phong tiền thân là cửa hàng số 78 Tôn Đản, Hồng Bàng, Hải Phòng. Sau một thời gian hoạt động trong lĩnh vực mua bán cung cấp các vật tư đầu vào cho các ngành cơ khí, nhôm kính, gỗ.... chủ sở hữu cửa hàng là bà Phạm Thu Thủy cùng các thành viên trong gia đình đã quyết định thành lập Công ty mang tên Công ty TNHH thương mại Chấn Phong.

Công ty TNHH thương mại Chấn Phong là loại hình công ty TNHH hai thành viên trở lên được thành lập theo giấy chứng nhận đăng ký kinh doanh số 0202002380 do Sở kế hoạch và đầu tư Hải Phòng cấp ngày 5 tháng 1 năm 2005.

Tên công ty: Công ty TNHH thương mại Chấn Phong.

Tên giao dịch: Công ty TNHH thương mại Chấn Phong.

Tên viết tắt: CHANPHONG TRADING CO.,LTD.

**Xây dựng quy trình bán hàng tại Công ty TNHH thương mại Chấn Phong
(Thực hiện công tác tư vấn của Công ty TNHH tư vấn quản lý và đào tạo Lê Mạnh)**

Địa chỉ trụ sở chính: Số 78 Tôn Đản, Phạm Hồng Thái, quận Hồng Bàng, Hải Phòng.

Điện thoại: 031.3839701.

Vốn điều lệ: 500.000.000 đồng.

Giám đốc: Bà Phạm Thu Thủy.

Email: tmchanphong.co@gmail.com.

Ngành, nghề đăng ký kinh doanh:

- Kinh doanh đá công nghiệp, đá dân dụng, đá mài, đá cắt, vật liệu mài, vĩa nhám cuộn, nhám vòng, nhám xếp, keo.
- Kinh doanh vật liệu xây dựng, thiết bị máy công-nông nghiệp, cơ khí, khoá, thiết bị ngành may, phụ liệu may mặc.
- Sản xuất keo, vải nhám.
- Dịch vụ thương mại, dịch vụ xuất nhập khẩu.
- Đại lý, mua bán, ký gửi hàng hoá.

Sau 5 năm hoạt động kể từ ngày thành lập, Công ty Chấn Phong đã không ngừng lớn mạnh về mọi mặt. Với phương châm “Chất lượng đảm bảo – giá cả tốt nhất – dịch vụ chăm sóc khách hàng chu đáo”, Chấn Phong luôn nỗ lực đổi mới và nâng cao chất lượng dịch vụ nhằm đáp ứng tốt hơn nhu cầu của khách hàng. Sản phẩm của Công ty bao gồm các loại đá cắt, đá mài, vải ráp, keo 502...có nguồn gốc trong nước và nước ngoài. Từ một công ty nhỏ, Công ty TNHH thương mại Chấn Phong đã dần trở thành một trong những nhà phân phối có uy tín các sản phẩm, vật tư liên quan đến các ngành sản xuất đồ gỗ, cơ khí, sắt, inox và giày da trên thị trường Hải Phòng.

Đến đầu năm 2010, Công ty đã chính thức khánh thành và đưa vào sử dụng cửa hàng số 2 tại địa chỉ số 1 Ký Con. Đây là điều kiện thuận lợi để công ty tiếp tục phát triển và chiếm lĩnh thị trường trong thời gian tới.

• **Cơ cấu tổ chức của Công ty.**

Tuy đã hoạt động gần 10 năm trong lĩnh vực thương mại nhưng đến nay Công ty TNHH thương mại Chấn Phong vẫn chưa có một cơ cấu tổ chức thật sự hoàn chỉnh.

Xây dựng quy trình bán hàng tại Công ty TNHH thương mại Chấn Phong (Thực hiện công tác tư vấn của Công ty TNHH tư vấn quản lý và đào tạo Lê Mạnh)

Về cơ bản, các công việc của công ty vẫn được tiến hành bình thường. Tuy nhiên, sự phân công công việc chủ yếu vẫn dựa trên năng lực của của mỗi cá nhân chưa có sự chuyên môn hoá công việc theo từng phòng ban.

Hoạt động của công ty có thể chia làm 2 mảng chính:

Mảng kinh doanh thương mại:

Hiện tại, giám đốc công ty là người trực tiếp phụ trách và đảm nhiệm công việc kinh doanh của công ty tại cửa hàng số 1 Ký Con. Đối với cửa hàng số 78 Tôn Đản là chị gái của giám đốc. Bên cạnh đó còn có sự trợ giúp của những người trong gia đình (bố, mẹ giám đốc), nhân viên bán hàng và nhân viên phụ bán hàng làm việc theo tính chất thời vụ.

Mảng tài chính – kế toán:

Hoạt động kế toán của công ty do nhân viên Nguyễn Hồng Anh đảm nhiệm. Hiện tại trong công ty chỉ có duy nhất nhân viên này chịu trách nhiệm về các vấn đề liên quan đến sổ sách kế toán.

Tóm lại, giám đốc công ty là người chịu trách nhiệm điều hành quản lý và ra các quyết định liên quan đến tình hình tài chính, nhân sự...vừa đảm nhiệm vai trò của trưởng phòng kinh doanh.

**Xây dựng quy trình bán hàng tại Công ty TNHH thương mại Chấn Phong
(Thực hiện công tác tư vấn của Công ty TNHH tư vấn quản lý và đào tạo Lê Mạnh)**

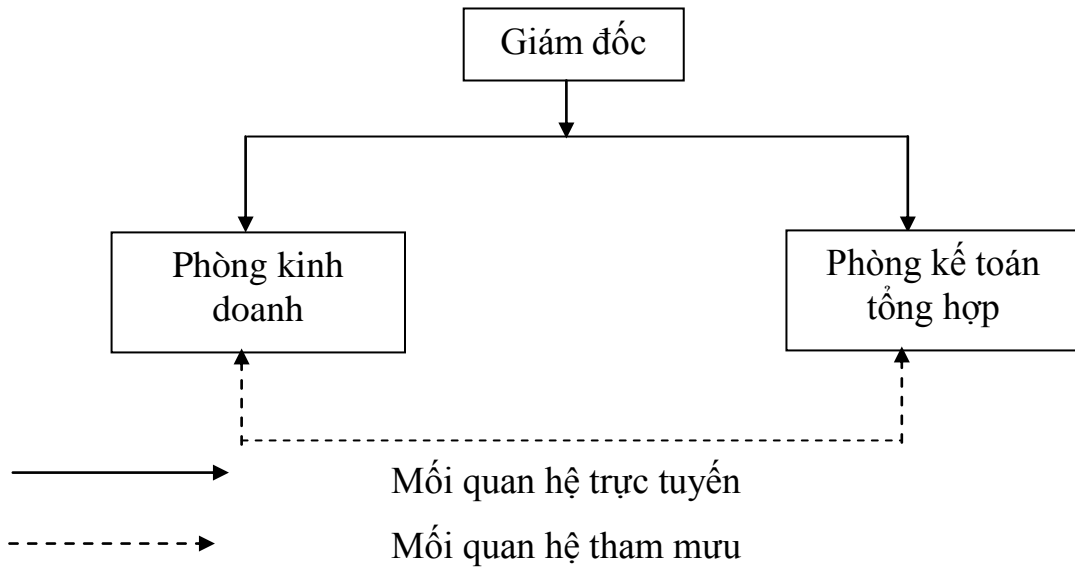
Danh sách nhân sự hiện tại của Công ty TNHH thương mại Chấn Phong.

STT	Họ tên	Công việc đảm nhận	Hình thức lao động
1	Phạm Thu Thủy	Quản lý mọi hoạt động của công ty. Cửa hàng trưởng tại số 1A Ký Con. Bán hàng, thu tiền hàng, mua hàng, lập báo giá, ...	
2	Hoàng Đức Long	Hỗ trợ giám đốc. Lái xe, giao hàng, bán hàng, nhập hàng,...	Lao động chính thức
3	Bùi Thị Ngát	Bán hàng tại số 1 Ký Con Vận chuyển hàng, sắp xếp hàng tại cửa hàng, giao hàng cho khách.	Lao động chính thức
4	Nguyễn Hồng Anh	Kế toán, bán hàng, thu nợ.	Lao động chính thức
5	Phạm Thị Nga	Cửa hàng trưởng tại 78 Tôn Đản.	Lao động chính thức
6	Bùi Văn Ninh	Phụ bán hàng, vận chuyển hàng, sắp xếp hàng hóa.	Lao động thời vụ
7	Đặng Khắc Thiện	Phụ bán hàng, vận chuyển hàng, sắp xếp hàng hóa.	Lao động thời vụ
8	Nguyễn Văn Đạt	Phụ bán hàng, vận chuyển hàng, sắp xếp hàng hóa.	Lao động thời vụ

Trong thời gian vừa qua, Công ty TNHH tư vấn quản lý và đào tạo Lê Mạnh đã gấp rút triển khai thực hiện gói sản phẩm xây dựng và hoàn thiện cơ cấu tổ chức cho Công ty TNHH thương mại Chấn Phong.

**Xây dựng quy trình bán hàng tại Công ty TNHH thương mại Chấn Phong
(Thực hiện công tác tư vấn của Công ty TNHH tư vấn quản lý và đào tạo Lê Mạnh)**

Với yêu cầu gọn nhẹ, hiệu quả, đảm bảo lợi ích kinh tế cho doanh nghiệp, sơ đồ cơ cấu tổ chức mà Công ty Lê Mạnh dự kiến xây dựng cho Công ty Chấn Phong như sau:



Trong đó:

- Phòng kinh doanh bao gồm 10 nhân viên.
- Phòng kế toán tổng hợp gồm 3 nhân viên.

2.2. Thực trạng hoạt động kinh doanh của Công ty trong thời gian qua.

2.2.1. Thực trạng.

- *Kết quả hoạt động kinh doanh của Công ty trong thời gian qua.*

**Xây dựng quy trình bán hàng tại Công ty TNHH thương mại Chấn Phong
(Thực hiện công tác tư vấn của Công ty TNHH tư vấn quản lý và đào tạo Lê Mạnh)**

Bảng kết quả hoạt động kinh doanh của công ty TNHH thương mại Chấn Phong.

Chỉ tiêu	Năm 2008	Năm 2009
1. Doanh thu bán hàng và cung cấp dịch vụ	1.669.949.205	3.022.270.075
2. Các khoản giảm trừ doanh thu		
3. Doanh thu thuần về bán hàng và cung cấp dịch vụ	1.669.949.205	3.022.270.075
4. Giá vốn hàng bán.	1.577.430.517	2.635.156.928
5. Lợi nhuận gộp về bán hàng và cung ứng dịch vụ.	92.518.688	387.113.147.
6. Doanh thu hoạt động tài chính		
7. Chi phí tài chính.		
8. Chi phí quản lý kinh doanh	81.636.602	382.615.241
9. Lợi nhuận thuần từ hoạt động kinh doanh	10.882.086	58.497.906.
10. Thu nhập khác		287.638
11. Chi phí khác		
12. Lợi nhuận khác		287.638
13. Tổng lợi nhuận kế toán trước thuế	10.882.086	58.785.544.
14. Chi phí thuế thu nhập doanh nghiệp	3.046.984	14.696.386
15. Lợi nhuận sau thuế thu nhập doanh nghiệp	7.835.102	44.089.158

Nhận xét: So với năm 2008, lợi nhuận của doanh nghiệp tăng từ 7.835.102 lên 44.089.158 (tăng gần 6 lần). Đây là một dấu hiệu đáng mừng, công ty lên tiếp tục phát huy hơn nữa.

**Xây dựng quy trình bán hàng tại Công ty TNHH thương mại Chấn Phong
(Thực hiện công tác tư vấn của Công ty TNHH tư vấn quản lý và đào tạo Lê Mạnh)**

• **Thực trạng công tác tổ chức bán hàng tại Công ty Chấn Phong.**

Hiện tại công ty chỉ áp dụng hình thức bán hàng trực tiếp. Tuy nhiên nếu xét theo hình thức mua hàng của người mua thì lại bao gồm hai hình thức là mua trực tiếp tại cửa hàng và đặt hàng qua điện thoại. Với cả hai hình thức trên đều có những khách hàng đến mua những sản phẩm có sẵn và khách hàng đặt mua vật tư theo yêu cầu. Căn cứ vào các đặc điểm trên và thực tế thực hiện hoạt động bán hàng tại Công ty có thể chia ra làm 2 quy trình sau:

Quy trình bán hàng tại cửa hàng (khách đến tận cửa hàng để mua hàng hoặc đặt hàng).

Quy trình bán hàng qua điện thoại (người bán nhận yêu cầu mua hàng hoặc đặt hàng qua điện thoại).

• **Hình thức bán hàng tại cửa hàng.**

Trình tự thực hiện các công việc.

Trách nhiệm	Sơ đồ tiến trình	Mô tả
CHT (NVPB)	Tiếp đón khách	1.1
CHT (NVPB)	Tìm hiểu nhu cầu mua hàng	1.2
CHT (NVPB)	Xác định khả năng cung cấp	1.3
CHT (NVPB)	Giới thiệu sản phẩm	1.4
CHT (NVPB)	Ghi hóa đơn	1.5
CHT (NVPB)	Giao hàng và thanh toán	1.6
CHT (NVPB)	Hỗ trợ sau bán	1.7
CHT	Tập hợp chứng từ chuyển kế toán ghi sổ	1.8

Ghi chú:

CHT: cửa hàng trưởng.

NVPB: nhân viên phụ bán.

Xây dựng quy trình bán hàng tại Công ty TNHH thương mại Chấn Phong (Thực hiện công tác tư vấn của Công ty TNHH tư vấn quản lý và đào tạo Lê Mạnh)

Mô tả.

1.1. Tiếp đón khách hàng.

Cửa hàng trưởng (nhân viên phụ bán) chào khách.

Sau đó khách được bố trí ghế ngồi và mời nước.

1.2. Tìm hiểu nhu cầu của khách.

Người bán hỏi khách muốn mua vật tư gì.

Sau khi khách hàng trả lời người bán có thể hỏi thêm các câu hỏi phụ để hiểu rõ thêm sản phẩm mà khách hàng muốn mua như đường kính, trọng lượng, độ hạt, nhãn hiệu.

1.3. Xác định khả năng cung cấp.

Tùy theo mức độ ghi nhớ hoặc quan sát trực tiếp trên các giá hàng và tủ đựng hàng mà người bán trả lời khách hàng sản phẩm hiện còn hay hết. Nếu tại cửa hàng không còn thì cửa hàng trưởng gọi điện sang cửa hàng còn lại và yêu cầu nhân viên phụ bán sang chuyển hàng. Nếu hết hàng thì thông báo lại cho khách và hẹn quay lại mua hàng.

Trong trường hợp khách hàng đặt mua sản phẩm theo yêu cầu người bán có thể giữ lại sản phẩm mẫu hoặc ghi lại quy cách của sản phẩm vào sổ và hẹn khách hàng quay lại lấy hàng sau.

1.4. Giới thiệu sản phẩm.

Với khách mua sản phẩm có sẵn tại cửa hàng sẽ được nhân viên phụ bán dẫn đến nơi để hàng cho xem hàng theo đúng yêu cầu và thông báo giá hoặc nhãn hiệu, tính năng của sản phẩm nếu khách có nhu cầu giải thích thêm. Nếu hàng đang vận chuyển về thì khách được mời chờ hàng.

1.5. Ghi hóa đơn.

Thông thường người ghi hóa đơn là cửa hàng trưởng. Người ghi sẽ căn cứ vào sổ lượng, đơn giá để tính tổng thành tiền. Sau khi vào hóa đơn người ghi ký tên vào hóa đơn và đưa cho khách hàng 1 liên (khách hàng trả ngay bằng tiền mặt) hoặc ghi hóa đơn + ghi vào sổ bán hàng (nếu khách hàng nợ lại tiền hàng) sau đó yêu cầu người mua ký tên xác nhận vào sổ.

1.6. Giao hàng và thanh toán.

**Xây dựng quy trình bán hàng tại Công ty TNHH thương mại Chấn Phong
(Thực hiện công tác tư vấn của Công ty TNHH tư vấn quản lý và đào tạo Lê Mạnh)**

Nhân viên phụ bán chịu trách nhiệm dùng túi nilon để gói hàng cho khách và giao cho khách. Đồng thời nhận tiền thanh toán giao cho cửa hàng trưởng để vào ngân bàn.

1.7. Hỗ trợ sau bán.

Nhân viên phụ bán có thể vận chuyển hàng đến tận nơi nếu khách có yêu cầu hỗ trợ.

1.8. Tập hợp hóa đơn chuyển kế toán.

Cửa hàng trưởng tập hợp chứng từ sau bán (hóa đơn GTGT) cho kế toán ghi sổ.

Hệ thống tài liệu sổ sách được sử dụng trong bán hàng.

Bảng báo giá (trích dẫn theo mẫu 01).

Sổ bán hàng (trích dẫn theo mẫu 02).

Sổ ghi nợ chung (trích dẫn theo mẫu 03).

Sổ ghi hàng đặt theo yêu cầu (trích dẫn mẫu 04).

Mẫu 01:

STT	Mã vật tư	Tên vật tư	ĐVT	Báo giá	Báo giá (vat)	Chi phí
1	RT12	Đá trắng 125*8 - TQ	Viên			
2	RT15	Đá trắng 150*8 - TQ	Viên			
3	RT18	Đá trắng 175*8 - TQ	Viên			

Mẫu 02:

Ngày tháng	Tên khách	Tên vật tư	Số lượng	Đơn giá	Tổng tiền
12/5	Toàn	Ráp A40			

**Xây dựng quy trình bán hàng tại Công ty TNHH thương mại Chấn Phong
(Thực hiện công tác tư vấn của Công ty TNHH tư vấn quản lý và đào tạo Lê Mạnh)**

Mẫu 03:

Ngày tháng	Tên khách hàng	Tiền nợ	Chữ ký
31/5	Chị Hương	1.000.000	

Mẫu 04:

Chị Hương: 2 rúp cuộn khổ 1,2 độ hạt 60.

Một số công việc hỗ trợ bán hàng trực tiếp.

Về cơ bản những nhân viên tham gia bán hàng tại cửa hàng của Chấn Phong đều thực hiện theo các bước công việc trên.

Ngoài ra trong quá trình đó, nhân viên phụ bán có thể tận dụng thời gian vắng khách để quét và lau dọn cửa hàng, sắp xếp lại hàng hóa trên các giá hàng và kệ hàng, bê hàng từ trên kho tầng 2 (đối với số 1A Ký Con) xuống cửa hàng, tham gia vận chuyển hàng từ cửa hàng này sang cửa hàng kia và ngược lại theo yêu cầu của cửa hàng trưởng, tham gia bốc xếp hàng hóa từ xe vào trong cửa hàng (hàng mới nhập về).

Trong trường hợp thu nợ của khách hàng, người đi thu nợ là nhân viên kế toán. Trước khi đi thu nợ nhân viên này sẽ nhận hóa đơn nợ hoặc sổ ghi nợ từ cửa hàng trưởng sau đó đi thu tiền. Đối với một số khách hàng có thể gọi điện trước để thông báo lịch hẹn. Sau khi trở lại cửa hàng nhân viên kế toán có nhiệm vụ giao tiền và báo cáo lại tình hình thu nợ.

Một số vấn đề còn tồn tại trong hoạt động bán hàng.

Nhân viên phụ bán hàng chỉ nắm được giá của sản phẩm thường bán, một số sản phẩm nhân viên bán hàng phải hỏi giá của cửa hàng trưởng.

Giá của sản phẩm dù được lập thành bảng giá nhưng không được công khai rộng rãi, bảng giá do cửa hàng trưởng nắm giữ.

Trong bảng giá có ghi mã và đơn giá sản phẩm xong thực tế chỉ có một số sản phẩm được dán giá còn lại thì không có.

Xử lý một số tình huống phát sinh:

Xây dựng quy trình bán hàng tại Công ty TNHH thương mại Chấn Phong (Thực hiện công tác tư vấn của Công ty TNHH tư vấn quản lý và đào tạo Lê Mạnh)

▪ *Khách trả lại hàng:*

Cửa hàng trưởng nhìn qua sản phẩm, nhận lại hóa đơn, trả lại tiền hàng cho khách (nếu không có sản phẩm khác thay thế) hoặc ghi hóa đơn mới tính ra số tiền chênh lệch để thanh toán (khách hàng lấy sản phẩm thay thế).

Nhân viên phụ bán có nhiệm vụ nhận lại hàng, đếm lại số lượng và để hàng lại vị trí cũ hoặc làm thêm việc đổi và gói hàng cho khách (nếu khách đổi hàng).

▪ *Khách trả lại hàng do không hài lòng về chất lượng sản phẩm:*

Cửa hàng trưởng nhận lại số hàng chưa qua sử dụng và giới thiệu mặt hàng khác (thông thường lỗi này xảy ra do khách lựa chọn sản phẩm khác thay thế khi mặt hàng theo yêu cầu tạm thời hết). Sau đó làm thủ tục thanh toán và giao hàng bình thường.

Tất cả các mẫu số đều ở dạng viết tay riêng số ghi nợ ghi chung cho tất cả khách hàng, số ghi nhận đặt hàng không có sổ riêng mà ghi luôn vào sổ bán hàng.

• *Bán hàng qua điện thoại.*

Trách nhiệm	Sơ đồ tiến trình	Mô tả
CHT (NVPB)	<pre>graph TD; A[thoại] --> B[Mua hàng]; A --> C[Đặt hàng];</pre>	2.1
CHT(NVPB)	Chuẩn bị hàng Ghi sổ	2.2
CHT(NVPB)	Ghi HĐ	2.3
NVPB	Giao hàng và thanh toán	2.4
CHT	Ghi sổ (nhận tiền)	2.5

Mô tả chi tiết:

2.1. Tiếp nhận nhu cầu của khách hàng qua điện thoại.

Khi có điện thoại reo cửa hàng trưởng hoặc nhân viên bán hàng sẽ nghe điện thoại. Tùy thuộc vào nội dung điện thoại mà người nghe xác nhận khách muốn đặt hàng hay mua hàng. Thông thường khi khách đặt hàng hay mua hàng

Xây dựng quy trình bán hàng tại Công ty TNHH thương mại Chấn Phong (Thực hiện công tác tư vấn của Công ty TNHH tư vấn quản lý và đào tạo Lê Mạnh)

người nghe điện thoại sẽ phải ghi lại các thông tin về tên khách, địa chỉ, tên hàng, quy cách, số lượng mua, địa điểm giao hàng. Đa phần khách hàng gọi điện thoại đều là khách hàng quen.

2.2. Chuẩn bị hàng.

Nhân viên phụ bán sẽ chịu trách nhiệm lấy hàng theo yêu cầu của khách đóng gói và vận chuyển hàng đến nơi theo yêu cầu.

Tùy thuộc vào lượng hàng của khách, lượng khách đang mua hàng ở trong cửa hàng mà nhân viên lao động thời vụ có thể đảm nhiệm thay công việc này.

2.3. Ghi hóa đơn.

Trước khi nhân viên đi giao hàng, cửa hàng trưởng hoặc nhân viên phụ bán phải viết hóa đơn đưa kèm cho nhân viên đi giao hàng.

2.4. Giao hàng và thanh toán.

Nhân viên đi giao hàng đến đúng địa chỉ được dặn hoặc ghi trên hóa đơn mang theo giao hàng và nhận tiền nếu khách thanh toán ngay.

2.5. Ghi sổ (nhận tiền).

Nếu khách hàng thanh toán ngay thì nhân viên giao hàng có trách nhiệm bàn giao số tiền đã thanh toán cho cửa hàng trưởng.

Nếu khách hàng không thanh toán ngay thì thông báo lại cho cửa hàng trưởng để ghi sổ nợ.

2.2.2. Các yếu tố ảnh hưởng tới hoạt động kinh doanh của Công ty.

2.2.2.1. Các yếu tố bên trong doanh nghiệp.

- ***Cơ sở vật chất phục vụ cho công tác bán hàng.***

Hệ thống kho chứa hàng.

Đối với một doanh nghiệp thương mại như Công ty TNHH thương mại Chấn Phong thì hệ thống kho chứa hàng có một vị trí khá quan trọng. Vị trí, quy mô, điều kiện cất trữ và bảo quản hàng hoá, mức độ thuận tiện đối với việc vận chuyển, bốc xếp hàng hoá ra vào kho, mức độ an toàn, hệ thống trang thiết bị vận chuyển hàng trong kho sẽ ảnh hưởng trực tiếp đến hoạt động mua bán của doanh nghiệp.

Xây dựng quy trình bán hàng tại Công ty TNHH thương mại Chấn Phong (Thực hiện công tác tư vấn của Công ty TNHH tư vấn quản lý và đào tạo Lê Mạnh)

Hệ thống kho hàng được coi là hậu cần cho công tác bán hàng. Một hệ thống kho tốt, đảm bảo điều kiện sẽ ảnh hưởng trực tiếp đến khâu dự trữ, số lượng sản phẩm dự trữ, chất lượng sản phẩm dự trữ, thời gian cung ứng hàng cho các cửa hàng.

Hiện tại, Công ty TNHH thương mại Chấn Phong chưa có kho hàng riêng chính thức. Mọi hàng hóa nhập về đều được vận chuyển trực tiếp đến các cửa hàng. Chính điều này gây nên tình trạng hàng hóa bị chất đống trong cửa hàng gây mất diện tích.

Trước tình trạng trên, công ty đang triển khai xây dựng hệ thống kho hàng bao gồm:

Kho hàng sẽ đặt tại tổ 54 phường Đông Hải, quận Hải An. Diện tích của kho khoảng 450 m² được xây dựng với chất liệu chủ yếu là xà sắt và mái tôn. Kho này được coi là kho chính của Công ty và chỉ phục vụ chức năng duy nhất để chứa hàng. Hàng hoá được tiếp nhận về đây là hàng hoá được chuyên trực tiếp từ cảng nhập (đối với hàng hoá nhập khẩu) và hàng hoá vận chuyển trực tiếp từ nhà máy sản xuất (đối với hàng hoá trong nước). Hàng hoá từ đây được chuyên trực tiếp đến các cửa hàng bằng xe ô tô tải hạng nhẹ. Do kho hàng này nằm trong khu vực nhà riêng của giám đốc công ty lên việc trông coi và quản lý hàng trong kho do người nhà giám đốc đảm nhiệm.

Riêng tại cửa hàng số 1 Ký Con sẽ tận dụng diện tích của tầng 2 để làm nơi dự trữ hàng cho cửa hàng này và cửa hàng số 78 Tôn Đản.. Do kho số 1 đặt tại phường Đông Hải khá xa địa điểm của 2 cửa hàng hiện tại nên việc vận chuyển hàng hoá để đáp ứng kịp thời nhu cầu của khách còn gặp nhiều khó khăn. Vì vậy giám đốc công ty Chấn Phong lựa chọn kho hàng phụ tại cửa hàng số 1 Ký Con được coi là một giải pháp hợp lí. Với diện tích sử dụng khoảng 50m² đã góp phần giải quyết tình trạng thiếu hàng mang tính tức thời tại 2 cửa hàng. Đây là khu vực tiếp nhận hàng trực tiếp từ kho hàng chính.

Về hệ thống trang thiết bị phục vụ cho công tác vận chuyển và bảo quản hàng hoá trong kho: công ty đã trang bị hệ thống giá để hàng được làm bằng

Xây dựng quy trình bán hàng tại Công ty TNHH thương mại Chấn Phong (Thực hiện công tác tư vấn của Công ty TNHH tư vấn quản lý và đào tạo Lê Mạnh)

khung sắt có thể tháo lắp để đặt hàng đồng thời trang bị đầy đủ hệ thống quạt, đèn chiếu sáng, dụng cụ vệ sinh nhà kho.

Hệ thống cửa hàng bán lẻ

Đối với doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực thương mại, hệ thống cửa hàng bán lẻ đóng một vai trò vô cùng quan trọng. Đây là nơi trưng bày giới thiệu sản phẩm của công ty, là nơi tiếp đón khách đến thăm quan và mua hàng. Vì vậy quy mô của cửa hàng, cách sắp xếp bố trí hàng hóa cần đảm bảo tính đầy đủ, hợp lý thuận tiện cho việc quan sát, xem hàng, di chuyển của khách hàng. Công ty TNHH Chấn Phong tiền thân là cửa hàng tại số 78 Tôn Đản. Hiện nay, Công ty đã có thêm cửa hàng số 2 tại số 1A Ký Con.

Thực chất, cửa hàng số 1 là 1 phần trong không gian sống của gia đình giám đốc. Lúc đầu, do quy mô kinh doanh nhỏ hẹp nên cửa hàng này phần nào đáp ứng được yêu cầu trưng bày và mua bán hàng hóa.

Cửa hàng số 2 ra đời cùng với chiến lược đầu tư mở rộng quy mô kinh doanh của công ty. Tòa nhà số 1A Ký Con với đã đáp ứng tốt hơn nhu cầu này. Tòa nhà được xây dựng với quy mô 4 tầng có treo biển hiệu của công ty. Các tầng trong tòa nhà được sử dụng vào những mục đích cụ thể như sau:

Tầng số 1: sử dụng làm cửa hàng trưng bày, giới thiệu sản phẩm và là nơi diễn ra hoạt động mua bán của khách hàng.

Tầng số 2: sử dụng làm kho chứa hàng.

Tầng số 3: sử dụng làm phòng làm việc của nhân viên kế toán.

Tầng số 4: sử dụng làm phòng làm việc của giám đốc công ty.

Về hệ thống trang thiết bị phục vụ cho công tác tại cửa hàng gồm có:

Hệ thống giá để hàng bao gồm: giá để hàng theo tầng, giá để xếp hàng.

Hệ thống đèn chiếu sáng: mỗi cửa hàng đều được bố trí đèn chiếu sáng tại phía trong cửa hàng và hai bên cửa hàng.

Tủ trưng bày sản phẩm: sử dụng tủ kính để trưng bày các sản phẩm mẫu, những sản phẩm có kích thước và trọng lượng không lớn.

Hệ thống làm mát: sử dụng quạt tại bàn làm việc của nhân viên bán hàng.

Xây dựng quy trình bán hàng tại Công ty TNHH thương mại Chấn Phong (Thực hiện công tác tư vấn của Công ty TNHH tư vấn quản lý và đào tạo Lê Mạnh)

Ngoài ra, mỗi cửa hàng còn được trang bị máy tính để bán, máy fax, điện thoại bàn và hệ thống tổng đài IP (hệ thống điện thoại liên lạc giữa các tầng của cửa hàng số 1 và kết nối giữa cửa hàng số 1 và số 2), máy tính bấm tay...

• Lực lượng nhân viên bán hàng.

Số lượng nhân viên thực hiện công tác bán hàng: 7 người.

Trong số 7 nhân viên trên có thể phân thành các nhóm dựa trên các tiêu thức khác nhau.

Dựa trên mức độ thường xuyên tham gia hoạt động bán hàng:

- Nhân viên bán hàng thường xuyên bao gồm: giám đốc, nhân viên Ngát, nhân viên làm việc theo thời vụ, chị của giám đốc.
- Nhân viên hỗ trợ bán hàng khi cần: nhân viên Long, nhân viên Hồng Anh.

Dựa trên hình thức sử dụng lao động:

- Lao động chính thức: nhân viên Ngát.
- Lao động thời vụ: nhân viên Đạt, Thiện, Ninh.

Dựa trên vai trò với công tác tổ chức và kiểm soát hoạt động bán hàng:

- Cửa hàng trưởng:
Cửa hàng trưởng cửa hàng số 1: nhân viên Nga (chị ruột của giám đốc).
Cửa hàng trưởng cửa hàng số 2: giám đốc.
- Nhân viên hỗ trợ bán hàng, sắp xếp, vận chuyển hàng hóa: tất cả các nhân viên còn lại.

Trình độ của nhân viên bán hàng và kỹ năng bán hàng.

Trình độ của nhân viên bán hàng:

Trình độ của nhân viên bán hàng được hiểu là trình độ văn hóa của họ. Đây là yếu tố cần thiết để họ có thể nhanh chóng nắm bắt được yêu cầu công việc và thực hiện triển khai công việc. Tuy nhiên một người bán hàng giỏi không nhất thiết phải có bằng đại học nhưng phải có những hiểu biết nhất định về kinh tế, kinh doanh thương mại. Tuy nhiên trong số những nhân viên đang làm việc tại Chấn Phong mặc dù đều đang theo học bậc đại học, cao đẳng nhưng đều là các chuyên ngành không liên quan đến kinh tế như công nghệ thông tin,

Xây dựng quy trình bán hàng tại Công ty TNHH thương mại Chấn Phong (Thực hiện công tác tư vấn của Công ty TNHH tư vấn quản lý và đào tạo Lê Mạnh)

hàng hải... Đây là một nhân tố gây trở ngại bước đầu cho việc đào tạo nhân viên bán hàng và nâng cao nghiệp vụ bán hàng cho họ.

Kỹ năng bán hàng:

Kỹ năng bán hàng là toàn bộ những kiến thức tích lũy được trong quá trình làm việc thực tế của nhân viên bán hàng. Nó được thể hiện qua sự hiểu biết về sản phẩm của công ty, giao tiếp với khách hàng, xử lý các tình huống phát sinh trong quá trình bán hàng như khách hàng phàn nàn về chất lượng sản phẩm, khách hàng đổi hàng, khách hàng yêu cầu đặt hàng gấp.... Kỹ năng bán hàng đòi hỏi một quá trình làm việc và tiếp xúc thường xuyên với các nghiệp vụ liên quan đến việc bán hàng như tiếp nhận yêu cầu mua hàng, giới thiệu sản phẩm, thông báo giá, giao hàng và thực hiện thanh toán. Trong số những nhân viên bán hàng của Công ty Chấn Phong người nắm vững nhất các thông tin về sản phẩm và khách hàng là giám đốc công ty. Sau nữa là người phụ trách cửa hàng số 2. Đây đều là những nhân vật đóng vai trò then chốt trong việc tổ chức và quản lý hoạt động bán hàng tại các cửa hàng của công ty vì vậy sẽ rất thuận lợi cho việc đào tạo và hướng dẫn nhân viên bán hàng tại các cửa hàng.

Công tác tổ chức tuyển dụng nhân viên bán hàng.

Nhân viên bán hàng được tuyển dụng thêm trong trường hợp công ty có nhu cầu bổ sung nhân lực. Giám đốc trực tiếp ra quyết định tuyển dụng. Thông thường, công ty không công bố tuyển dụng rộng rãi mà chủ yếu là dựa vào mối quan hệ của giám đốc hoặc do nhân viên cũ trong công ty giới thiệu. Đây là một hình thức tuyển dụng mang tính an toàn, tiết kiệm song lại hạn chế nguồn ứng viên dự tuyển. Trong một số trường hợp do không thể tận dụng được nguồn tuyển này giám đốc công ty thay vì lựa chọn ứng viên làm việc lâu dài đã chuyển sang bổ sung lao động thời vụ.

Quy trình tuyển dụng của công ty khá đơn giản có khi chỉ là một cuộc trò chuyện ngắn giữa giám đốc và ứng viên, sau đó 2 bên sẽ thỏa thuận thống nhất ngày làm việc và mức lương. Thực chất, đây là quá trình thử việc của nhân viên và sẽ không có ràng buộc trách nhiệm nếu một trong 2 bên tự ý hủy bỏ cam kết. Công ty không có quy định cụ thể về thời gian thử việc, quyết định tuyển dụng

Xây dựng quy trình bán hàng tại Công ty TNHH thương mại Chấn Phong (Thực hiện công tác tư vấn của Công ty TNHH tư vấn quản lý và đào tạo Lê Mạnh)

chủ yếu dựa trên ý nguyện hợp tác của 2 bên và mức độ hoạt bát, nhanh nhẹn của nhân viên.

Cách thức tổ chức và đào tạo nhân viên bán hàng.

Nhân viên bán hàng sau khi được tuyển dụng, sẽ được bố trí làm việc trực tiếp tại cửa hàng cùng với các nhân viên khác. Trong quá trình làm việc, nhân viên sẽ được cửa hàng trưởng giới thiệu một cách khái quát về cách nhận biết về hệ thống sản phẩm tại cửa hàng. Sau đó trong quá trình làm việc với các nhân viên sẽ được học hỏi thêm về cách nhận biết sản phẩm, sắp xếp và vận chuyển hàng hóa.

Hoạt động với quy mô nhỏ cùng số lượng nhân viên không quá 10 người, Công ty Chấn Phong cũng giống như các doanh nghiệp nhỏ khác đều cố gắng tạo cho nhân viên của mình làm việc đa năng, đáp ứng tốt nhu cầu công việc và có thể luân chuyển vị trí, hỗ trợ lẫn nhau trong quá trình công tác.

Đối với doanh nghiệp thương mại hoạt động chủ chốt là hoạt động bán hàng. Vì vậy thực hiện nghiệp vụ bán hàng là công việc được ưu tiên hơn cả và được phổ biến cho tất cả các nhân viên tại Chấn Phong.

Chế độ lương thưởng dành cho nhân viên bán hàng.

Nhân viên bán hàng chính thức được trả lương theo mức cố định hàng tháng. Hiện tại mức lương cố định của nhân viên bán hàng trong trường hợp đi làm đầy đủ các ngày trong tháng là 2 triệu đồng/người. Ngoài mức lương cố định trên, vào các dịp lễ tết nhân viên còn được thưởng bằng tiền hoặc quà tặng. Mức thưởng và hình thức thưởng do giám đốc công ty quyết định. Hình thức trả lương cố định theo tháng tuy ổn định tâm lý cho nhân viên làm việc tại công ty nhưng thực sự chưa tạo động lực cho nhân viên bán hàng nỗ lực tăng doanh thu và số lượng tiêu thụ sản phẩm. Sở dĩ, Công ty Chấn Phong lựa chọn hình thức trả lương trên là do hình thức bán hàng chủ yếu của công ty là bán trực tiếp tại cửa hàng. Đồng thời với đó nhân viên bán hàng chủ yếu chỉ hỗ trợ hoạt động bán hàng cho khách theo sự điều hành của cửa hàng trưởng. Công ty hoàn toàn không có chính sách quản lý nhân viên bán hàng theo mục tiêu doanh thu hay doanh số nên hình thức trả lương này tạm thời là phù hợp.

Xây dựng quy trình bán hàng tại Công ty TNHH thương mại Chấn Phong (Thực hiện công tác tư vấn của Công ty TNHH tư vấn quản lý và đào tạo Lê Mạnh)

Đối với nhân viên thời vụ, lương được trả theo ngày công mức hiện tại là 70 nghìn đồng/ ngày. Tuy trả lương theo hình thức công nhật nhưng toàn bộ tiền lương sẽ được tổng hợp và thanh toán vào cuối tháng.

• Đặc điểm sản phẩm của Công ty.

Ngay từ những ngày đầu bước vào lĩnh vực kinh doanh thương mại, Công ty Chấn Phong đã định hướng phân phối cung ứng các sản phẩm là vật tư đầu vào cho các ngành như cơ khí, nhôm kính, đồ gỗ, cơ khí...

Sản phẩm của công ty chủ yếu tập trung vào các dòng sản phẩm chính là đá mài, đá cắt, vải ráp, keo. Trong quá trình phát triển, cùng với sự gia tăng về nguồn vốn, số lượng khách hàng, nhu cầu của khách hàng, số lượng nguồn hàng, Công ty đã dần mở rộng danh mục sản phẩm cả về chiều rộng và chiều sâu nhằm đáp ứng tốt hơn nhu cầu đa dạng của khách hàng, giảm thiểu rủi ro trong kinh doanh.

Hệ thống sản phẩm của công ty được chia ra làm các nhóm hàng chính sau:

- Vật liệu mài, cắt: gồm các loại đá mài, đá cắt (dùng cho máy cầm tay, máy công nghiệp).
- Vật liệu đánh bóng: gồm các loại phớt, nỉ, thuốc đánh bóng, chổi đánh bóng...
- Vải ráp (vải nhám).
- Keo dán.
- Các vật liệu khác: que hàn, mũi khoan, máy mài...

Với mỗi nhóm trên lại có rất nhiều chủng loại khác nhau, với mỗi loại lại bao gồm rất nhiều nhãn hiệu khác nhau. Dưới đây là hệ thống nhãn hiệu của từng loại sản phẩm:

Đá mài, đá cắt: nhãn hiệu NORTON, NRT, TALIN, SUNBIRD, ABRA...

Vải ráp:

Ráp cuộn: nhãn hiệu NCA, NCE, 1 con ó, 2 con ó, con nai, con tê giác, GXK51.

Ráp giấy: KOVAX, TOA.

Ráp xếp: nhãn hiệu mặt trời, KIGDOM, Hải Dương, Trung Quốc.

Xây dựng quy trình bán hàng tại Công ty TNHH thương mại Chấn Phong (Thực hiện công tác tư vấn của Công ty TNHH tư vấn quản lý và đào tạo Lê Mạnh)

Vật liệu đánh bóng: bánh ráp, phớt, chải ri, ni trắng, ni xám, chà bóng, thuốc đánh bóng.

Riêng phớt có các loại: phớt da, phớt xơ dừa, phớt vải, phớt ni trắng, phớt ni xám

Keo: 502, DINO, X66

Ngoài ra còn có các loại như ráp trụ, mũi khoan, hạt chà bóng...

Quy cách của sản phẩm:

Đối với đá mài, đá cắt: căn cứ vào 3 thông số kỹ thuật là đường kính ngoài, độ dày, đường kính lỗ trong. Các thông số trên có thể quan sát ngay trên bề mặt sản phẩm hoặc trên vỏ hộp, vỏ thùng của sản phẩm. Ví dụ đá cắt có các thông số kỹ thuật là 125x 2 được hiểu là đá cắt có đường kính ngoài là 125 mm, độ dày là 2 mm.

Đối với vải ráp: căn cứ vào khổ và độ hạt. Độ hạt phụ thuộc vào số lượng hạt cát bám trên bề mặt của vải ráp và kích cỡ của hạt cát. Độ hạt của vải nhám luôn nằm trong dải từ số 40 đến 600. Số độ hạt được biểu thị bằng số chẵn, nếu số càng lớn thì độ mịn càng lớn.

Đối với keo dán: căn cứ vào dung tích (đối với keo 502) hoặc trọng lượng (kg) đối với keo DINO, X66.

Nguồn gốc của sản phẩm:

Sản phẩm của Công ty Chấn Phong bao gồm cả những hàng hóa có xuất xứ từ trong nước và nước ngoài. Các sản phẩm trong nước có xuất xứ từ các nhà máy sản xuất tại Hải Dương hoặc khu vực phía Nam. Các sản phẩm nhập khẩu chủ yếu có nguồn gốc từ các nước như Trung Quốc, Nhật Bản, Hàn Quốc, Thái Lan.

Tùy vào chất lượng, mẫu mã, đơn giá mà mỗi dòng sản phẩm có thể bao gồm các sản phẩm có nguồn gốc khác nhau.

**Xây dựng quy trình bán hàng tại Công ty TNHH thương mại Chấn Phong
(Thực hiện công tác tư vấn của Công ty TNHH tư vấn quản lý và đào tạo Lê Mạnh)**

Bảng hệ thống nguồn gốc của các dòng sản phẩm phân theo quy cách và nhãn hiệu.

Dòng sản phẩm	Trong nước		Nước ngoài	
	Nhãn hiệu	Quy cách	Nhãn hiệu	Quy cách
Đá mài Đá cắt	Hải Dương		Trung Quốc NRT (Nhật) ABRA NORTON TALIN SUNBIRD	
Vải ráp			Trung Quốc: NCA, NCE 1 con ó 2 con ó Con tê giác G XK51	Ráp cuộn Ráp giấy đen Ráp giấy trắng Ráp xếp Ráp đĩa
Keo	502 DINO, X66			

Qua bảng trên ta có thể nhận thấy sản phẩm của công ty chủ yếu có nguồn gốc từ nước ngoài (chủ yếu là từ Trung Quốc). Đây là một yếu tố thuận lợi cho doanh nghiệp trong việc định giá sản phẩm mang tính cạnh tranh nhờ lợi thế giá rẻ tuy nhiên cần xác định rõ chất lượng sản phẩm để tránh rủi ro khi nhập hàng.

Công dụng, tính năng sản phẩm.

Với mỗi dòng sản phẩm của Chấn Phong lại có công dụng, tính năng riêng. Đây là yếu tố quyết định dòng sản phẩm đó có thể được sử dụng trong ngành nào, ở công đoạn nào. Tuy nhiên tùy thuộc vào thiết bị máy móc, sản phẩm của khách hàng mà họ lựa chọn tiêu chuẩn kỹ thuật sao cho phù hợp với nhu cầu sử dụng.

Xây dựng quy trình bán hàng tại Công ty TNHH thương mại Chấn Phong (Thực hiện công tác tư vấn của Công ty TNHH tư vấn quản lý và đào tạo Lê Mạnh)

Đối với đá mài, đá cắt thường dùng để lắp vào máy cầm tay hoặc máy công nghiệp. Đá mua về được lắp vào trục của máy, khi máy hoạt động viên đá quay theo vòng quay của trục tạo lực cắt các vật liệu như sắt, nhôm, hợp kim. Vì vậy vật liệu mài được sử dụng chủ yếu trong cả ngành cơ khí và nhôm kính.

Keo được sử dụng để tạo ra sự kết dính giữa bề mặt tiếp xúc của các chi tiết rời cấu thành nên sản phẩm hoặc lắp đầy lỗ hổng trên bề mặt gỗ. Sản phẩm keo bao được sử dụng trong ngành gỗ là chủ yếu.

Vải ráp được sử dụng để đánh bóng bề mặt gỗ. Trong suốt quá trình sản xuất các sản phẩm từ gỗ, người sản xuất phải sử dụng các loại vải ráp từ thô đến mịn để cuối cùng có được bề mặt gỗ nhẵn đủ điều kiện để phun sơn hoặc vecni.

Phốt vải được sử dụng để chà bóng bề mặt của inox, gỗ, hợp kim.

Điều kiện bảo quản, xếp dỡ, vận chuyển sản phẩm.

Hầu hết các sản phẩm của công ty đều được sản xuất từ những vật liệu có tính dai, bền, ít chịu tác động của môi trường ngoại cảnh vì vậy không yêu cầu khắc khe về điều kiện bảo quản.

Tuy nhiên vẫn đề khó khăn gặp phải thường xảy ra trong quá trình sắp xếp vận chuyển do một số vật tư có kích thước khá nhỏ (mũi khoan, ráp trụ) nên dễ thất thoát. Bên cạnh đó có một số vật tư lại rất dễ vỡ như đá cắt, đá mài, que hàn.

• **Chiến lược bán hàng của công ty trong thời gian tới.**

Trong nền kinh tế thị trường, các công ty không chỉ cần quan tâm đến tình hình trước mắt mà còn cần mở rộng tầm nhìn xa hơn để có được những bước tiến vững chắc trên thị trường.

Với chiến lược phát triển công ty theo cả chiều rộng và chiều sâu, Công ty Chấn Phong luôn đặt vấn đề xây dựng và thực hiện chiến lược cho hoạt động bán hàng lên hàng đầu trong đó chủ yếu tập trung vào các khía cạnh sau:

Mở rộng ngành hàng phục vụ:

Với những sản phẩm truyền thống như đá mài, đá cắt, keo, vải ráp...Chấn Phong đã phần nào đáp ứng nhu cầu vật tư đầu vào cho các ngành cơ khí, nhôm kính, đồ gỗ, inox trên địa bàn Hải Phòng, tuy nhiên trong tương lai công ty chủ

**Xây dựng quy trình bán hàng tại Công ty TNHH thương mại Chấn Phong
(Thực hiện công tác tư vấn của Công ty TNHH tư vấn quản lý và đào tạo Lê Mạnh)**

trương mở rộng ngành phục vụ dựa trên nền tảng của hệ thống sản phẩm truyền thống cùng với một số mặt hàng mới.

Theo kế hoạch hệ thống ngành hàng phục vụ sẽ bao gồm:

- Đánh bóng ngành ô tô.
- Đánh bóng ngành inox.
- Sơn phục vụ ngành gỗ
- Ráp mài ngành gỗ.
- Đá mài, ráp mài cơ khí.
- Đá mài, ráp mài tàu thủy.
- Đá mài, ráp mài phốt giày.
- Chổi chải dùng cho tàu, giày.
- Mũi phay, hợp kim, rũa ngành khuôn.
- Máy mài, máy cắt, máy mài máy cắt máy khoan cho các ngành hàng trên.

Đi cùng với chiến lược mở rộng ngành hàng, Chấn Phong cũng vạch ra hệ thống sản phẩm chủ yếu theo từng ngành hàng như sau:

**Xây dựng quy trình bán hàng tại Công ty TNHH thương mại Chấn Phong
(Thực hiện công tác tư vấn của Công ty TNHH tư vấn quản lý và đào tạo Lê Mạnh)**

STT	Tên ngành	Vật tư cung cấp
1	Ô tô	Phốt, nỉ đánh bóng, băng dính, rập nước, lông cừu...
2	Đá granit	Đá mài, thuốc đánh bóng, phốt mài bóng, nỉ đánh bóng, đầu mài số, mũi khoan đá, mũi đánh bóng chi tiết, lưỡi cắt đá, đá mài đá kim cương, đá mài bê tông, đá cám sửa đá, keo gắn đá, rửa hợp kim rửa đá, giấy rập, đĩa mài đá Talin.
3	Inox	Phốt sơn, phốt vải, nỉ trắng, nỉ xám, rập xếp, đá mài, đá cắt inox, đá vảy cá, thuốc đánh bóng inox, bánh nhám, kim hàn, đầu xư, kim hàn khí, đồng hồ khí, axit tẩy mối hàn, tay hàn, dây hàn, que hàn, đồ phụ kiện inox.
4	Gỗ	Rập vải cuộn, rập giấy trắng đen, phốt đánh bóng gỗ, rập vòng, rập cuộn, rập xếp, rập đĩa, keo 502, lưỡi cưa gỗ, đế dán giấy rập, đá rửa cưa hợp kim, rập chổi...
5	Cơ khí	Đá mài hợp kim – thường, đá cắt, đá sửa đá, mũi sửa đá, bánh nhám, đá trụ, đá cán, nỉ xám, nỉ trắng, đá định hình, thuốc đánh bóng, giấy rập, vải rập, lưỡi cưa thép, đế dán giấy rập, rập đĩa, chải nỉ, que hàn...
6	Tàu thủy	Đá mài, đá cắt, rập xếp, rập trụ, nỉ xám, nỉ trắng, chải nỉ, đá trụ, đá sửa đá, thuốc đánh bóng, mũi kim cương, rửa kim cương sửa chi tiết, rập đĩa, đế dán giấy rập, bánh nhám...
7	Da giày	Các loại chổi cáp đồng, rập trụ, rập chổi, phụ kiện ngành giày, keo 502...
8	Khuôn	Mũi phay, rửa, mũi hợp kim, rập trụ, rập chổi, phụ kiện ngành giày, keo 502...
9	Máy mài, máy cắt, máy khoan phục vụ các ngành trên.	

Chiến lược triển khai hình thức phân phối mới và mở rộng thị trường tiêu thụ.

Đi cùng với mục tiêu tăng trưởng về doanh thu – lợi nhuận luôn là mục tiêu mở rộng thị phần. Đây là yếu tố đảm bảo duy trì và phát triển tập khách

Xây dựng quy trình bán hàng tại Công ty TNHH thương mại Chấn Phong (Thực hiện công tác tư vấn của Công ty TNHH tư vấn quản lý và đào tạo Lê Mạnh)

hàng thường xuyên cho công ty. Hiện tại, Công ty Chấn Phong vẫn sử dụng hình thức phân phối chủ yếu là bán lẻ trực tiếp tại các cửa hàng. Hình thức bán hàng tận cơ sở của khách hàng chỉ được áp dụng cho một vài khách hàng quen trong khu vực nội thành. Với phương châm bán hàng định hướng theo quan điểm của khách hàng, Công ty Chấn Phong luôn quan tâm đến việc tổ chức phân phối sản phẩm nhanh chóng, thuận tiện, đảm bảo chất lượng đến tay khách hàng. Vì vậy, ngay từ đầu năm 2010 công ty đã có những hoạt động chuẩn bị ráo riết để mở thêm hình thức bán hàng theo tuyến đường với chương trình bán hàng mang tên “**Bán hàng nguyên hộp tại xưởng**”. Theo đó trước mắt công ty sẽ mở rộng chiến dịch để thu hút sự chú ý của những khách hàng có nhu cầu sử dụng vật tư tương đối nhiều. Trên cơ sở đó hình thành nên danh sách khách hàng theo từng tuyến đường và vận chuyển hàng hóa theo từng tuyến để giao tận tay khách hàng. Để phát triển hình thức bán hàng này, Công ty Chấn Phong đã tiến hành nghiên cứu thị trường để thu thập danh sách khách hàng theo tuyến trên địa bàn 4 quận Lê Chân, Hồng Bàng, Kiến An, Ngô Quyền dưới sự hỗ trợ của công ty Lê Mạnh. Đồng thời với đó là chuẩn bị đầu tư mua mới xe ô tô tải và bổ sung nhân lực đi thị trường. Với chiến lược này công ty hy vọng sẽ gia tăng lượng khách hàng trong thời gian tới và xây dựng thương hiệu cho công ty.

2.2.2.2. Các yếu tố bên ngoài doanh nghiệp.

- **Khách hàng.**

Mọi hoạt động của các công ty đều hướng vào khách hàng. Bởi lẽ khách hàng chính là đối tượng tiêu dùng sản phẩm, là người mang lại doanh thu, lợi nhuận cho công ty. Mọi công ty chỉ tồn tại và phát triển được khi có khách hàng. Vì vậy tìm hiểu nắm rõ nhu cầu sản phẩm của khách hàng và hành vi mua hàng, tâm lý của họ là điều kiện để công ty có thể duy trì và mở rộng tập khách hàng thường xuyên cho công ty.

Tập khách hàng của Công ty TNHH thương mại Chấn Phong có thể phân loại theo nhiều tiêu thức khác nhau.

Xây dựng quy trình bán hàng tại Công ty TNHH thương mại Chấn Phong (Thực hiện công tác tư vấn của Công ty TNHH tư vấn quản lý và đào tạo Lê Mạnh)

Do đặc thù của hệ thống sản phẩm cung cấp nên khách hàng của Công ty Chấn Phong là những cơ sở sản xuất có nhu cầu sử dụng các loại vật tư như đá cắt, đá mài, keo dán...

Xét theo mục đích sử dụng, tập khách hàng của công ty có thể phân thành 2 nhóm sau:

- Khách hàng mua về để sử dụng trực tiếp cho hoạt động sản xuất: đây là các cơ sở sản xuất nhỏ hoặc các công ty tư nhân, cổ phần, trách nhiệm hữu hạn có sử dụng vật tư do Chấn Phong cung cấp vào các công đoạn của quá trình sản xuất để tạo ra các sản phẩm hoàn thiện. Ngành nghề kinh doanh của họ có thể là nhôm kính, đồ gỗ, cơ khí, inox... Nhóm khách hàng này là đối tượng chủ yếu của công ty và chiếm tỷ trọng lớn trong lượng hàng tiêu thụ.
- Khách hàng mua về để bán lại (mua bán thương mại). Đây thường là những cửa hàng nhỏ lẻ ở các khu vực lân cận có khi là ở ngoại thành hoặc tỉnh khác. Tuy nhiên với chủ trương mở rộng kênh tiêu thụ trực tiếp từ đó giảm bớt chi phí cho khách hàng tiêu dùng cuối cùng, Chấn Phong đang cố gắng kiểm soát và hạn chế theo khu vực phương thức mua bán này đặc biệt là trong khu vực nội thành. Đây là một trong những chủ trương hướng đến khách hàng của công ty và phù hợp với tình hình thương mại hiện nay.

Xét theo số lượng sử dụng, có thể chia tập khách hàng của Chấn Phong thành 2 nhóm:

- Khách hàng có nhu cầu sử dụng với số lượng lớn: các công ty, các xưởng sản xuất quy mô lớn và hoạt động thường xuyên, đại lí bán lẻ..
- Khách hàng có nhu cầu sử dụng với số lượng ít: các cơ sở sản xuất nhỏ, nằm trong ngõ...

Xét theo địa bàn, khách hàng của Chấn Phong có thể phân thành theo các khu vực sau:

- Nội thành
- Ngoại thành.

Xây dựng quy trình bán hàng tại Công ty TNHH thương mại Chấn Phong (Thực hiện công tác tư vấn của Công ty TNHH tư vấn quản lý và đào tạo Lê Mạnh)

- Một số tỉnh, thành phố lân cận.

Đặc điểm của khách hàng:

Khách hàng của công ty là những người rất am hiểu về đặc tính của sản phẩm. Bởi lẽ họ là người trực tiếp sử dụng vật tư vì vậy người bán hàng có thể khai thác nguồn thông tin từ họ để đánh giá chất lượng vật tư mua về. Thực tế tại công ty Chấn Phong đã xảy ra trường hợp khách hàng trả lại keo dán vì keo mau chết hay khách hàng trả lại đá cắt do họ cảm thấy đá cắt rất trơ. Đây là nguồn thông tin quý giá mà công ty cần tiếp nhận và xử lý kịp thời tránh tình trạng trả lại hàng loạt hoặc khách hàng phản ánh không tốt về chất lượng sản phẩm gây mất uy tín của công ty.

Đối tượng trực tiếp mua hàng tại các cửa hàng của công ty thường là các chủ xưởng, thợ kỹ thuật (đối với các cơ sở sản xuất nhỏ) hoặc người phụ trách vật tư, nhân viên phòng vật tư (đối với các công ty lớn). Trong một số trường hợp là người nhà, hoặc người quen của khách hàng đến mua hộ. Với những người không phải là đối tượng lao động trực tiếp như thợ kỹ thuật hoặc am hiểu về kỹ thuật như chủ xưởng, trưởng bộ phận kỹ thuật thì có thể xảy ra hiện tượng mua nhầm vật tư do lựa chọn sai quy cách dẫn đến phải đổi lại hàng.

Thói quen trong hành vi mua của khách hàng.

Do sản phẩm mua về được sử dụng để sản xuất nên việc lựa chọn không phụ thuộc vào sở thích, thị hiếu... của người mua như các sản phẩm tiêu dùng khác. Thông thường người mua đã xác định loại vật tư, quy cách, số lượng trước khi đi mua hàng. Hơn thế nữa họ là người nắm rõ chất lượng của vật tư nên thường sử dụng loại vật tư cố định. Vì vậy trong nhiều trường hợp khách hàng đành phải chờ hàng về hoặc sang cửa hàng khác để lựa chọn đúng loại sản phẩm cần dùng. Đôi khi mọi nỗ lực của nhân viên bán hàng nhằm giới thiệu cho họ những sản phẩm cùng công dụng và quy cách để bị từ chối thẳng thắn.

Số lượng vật tư tiêu thụ của mỗi khách hàng phụ thuộc vào số lượng đơn hàng họ nhận được trong tháng (năm). Vì vậy nếu họ nhận được nhiều đơn hàng thì số lượng vật tư tiêu thụ cũng tăng và ngược lại. Không những thế khách hàng thường không mua hàng để dự trữ mà thường chỉ mua đủ dùng và trước thời

**Xây dựng quy trình bán hàng tại Công ty TNHH thương mại Chấn Phong
(Thực hiện công tác tư vấn của Công ty TNHH tư vấn quản lý và đào tạo Lê Mạnh)**

điểm dùng không quá lâu do các loại vật tư này thường sử dụng trong một thời gian dài, giá cả lại ít biến động và chỉ được coi là một trong số công cụ dụng cụ ở các cơ sở sản xuất.

Khách hàng thường mua nhiều loại vật tư khác nhau, với mỗi loại vật tư cũng có thể lựa chọn nhiều quy cách khác nhau tùy thuộc vào nhu cầu sử dụng của họ.

**Xây dựng quy trình bán hàng tại Công ty TNHH thương mại Chấn Phong
(Thực hiện công tác tư vấn của Công ty TNHH tư vấn quản lý và đào tạo Lê Mạnh)**

Bảng kê hàng hóa mua vào của một số khách hàng.

STT	Tên KH	Ngành SX/KD	Sản phẩm	Đơn vị
1	A.Mạnh	Gỗ	Keo 502 Keo X66 Ráp TQ Ráp TOA Ráp cuộn	Lọ Lọ 3kg Tờ Tờ Cuộn/45m
2	Công ty Thành Trang	Nội thất	Keo 502 Ráp toa Ráp cuộn A40 Ráp cuộn A80 Ráp cuộn A100 Ráp cuộn A120	Lọ Tờ Cuộn/45m Cuộn/45m Cuộn/45m Cuộn/45m
3	Chú Văn	Inox	Sơ dừa đơn 300 Sơ dừa đôi 300 Đá cắt 350NRT Đá mài HD/175*20	Cái Cái Viên Viên
4	Công ty Tùng Khánh	Cơ khí	Cát 36 ->320 Đá cắt 350NRT Đá cắt 100NRT Đá mài HD 175*20	Kg Viên Viên Viên
5	Công ty Khánh Hòa	Cơ khí	Cát 36 ->320 Cát M3 Cát M1 Keo tàu Đá cắt 350NRT Đá cắt HD 180*6	Kg Kg Kg Kg Viên Viên

• **Nhà cung cấp.**

Nhà cung cấp có ảnh hưởng trực tiếp đến hoạt động bán hàng ở các doanh nghiệp thương mại. Đây là yếu tố quyết định chất lượng, khả năng cung ứng

Xây dựng quy trình bán hàng tại Công ty TNHH thương mại Chấn Phong (Thực hiện công tác tư vấn của Công ty TNHH tư vấn quản lý và đào tạo Lê Mạnh)

hàng hóa, khả năng dự trữ, giá cả... của doanh nghiệp. Vì vậy việc lựa chọn nhà cung cấp, hình thức mua bán, số lượng nhà cung cấp là yếu tố cần được thận trọng xem xét trong các doanh nghiệp thương mại.

Thực tế tại Công ty Chấn Phong hiện nay đang sử dụng các nhà cung cấp ở cả trong nước và nước ngoài. Trong số đó nhà cung cấp từ Trung Quốc là chủ yếu. Đây là những người cung cấp trọng chữ tín vì vậy doanh nghiệp có thể thanh toán theo kiểu gởi lại tiền hàng ở những lần nhập tiếp theo nếu là khách hàng quen. Thông thường bên Chấn Phong sẽ cử người trực tiếp sang Trung Quốc để tìm hiểu về các nhà cung cấp, đàm phán ký kết hợp đồng. Tuy mỗi chuyến công tác có thể kéo dài hàng tuần nhưng đây là điều nên làm để chắc chắn về nguồn hàng, số lượng và đặc biệt là chất lượng hàng nhập.

Ngoài các nhà cung cấp ở nước ngoài, Chấn Phong cũng có quan hệ làm ăn với các đối tác trong nước như công ty đá mài Hải Dương hay một số đại lý khác nhằm đảm bảo đa dạng hóa nhà cung cấp. Đây là cơ sở để đa dạng hóa nguồn hàng hạn chế rủi ro trong kinh doanh.

• Đối thủ cạnh tranh.

Trong nền kinh tế thị trường các doanh nghiệp không thể tránh khỏi sự cạnh tranh. Mức độ cạnh tranh phụ thuộc vào số lượng đối thủ cạnh tranh trong ngành và tiềm lực cạnh tranh của họ. Các doanh nghiệp muốn tồn tại lâu dài không những phải chú trọng đến khách hàng mà còn phải tìm hiểu về đối thủ cạnh tranh của mình.

Hiện tại trên thị trường Hải Phòng có không ít các cửa hàng cung cấp đá mài, đá cắt. Tuy nhiên hoạt động với quy mô như của Chấn Phong thì thường là những cửa hàng lớn tập trung theo khu vực. Đó là các cửa hàng bán buôn nằm trên phố Nguyễn Thái Học, Tôn Đản, khu vực chợ Sắt, đường Trần Nguyên Hãn.

Về phương thức cạnh tranh: các cửa hàng này thường sử dụng hình thức giảm giá cho khách hàng mua với số lượng lớn hoặc giảm lượng tiền thanh toán theo một tỷ lệ nhất định. Họ cũng đã sử dụng các hình thức chăm sóc khách hàng như tặng quà vào các dịp lễ tết trong năm cho những khách hàng mua thường xuyên

Xây dựng quy trình bán hàng tại Công ty TNHH thương mại Chấn Phong (Thực hiện công tác tư vấn của Công ty TNHH tư vấn quản lý và đào tạo Lê Mạnh)

với số lượng lớn. Không những thế họ cũng sử dụng phương thức giao hàng tại xưởng cho khách hàng đặt hàng qua điện thoại. Đối với khách hàng quen và mua thường xuyên họ áp dụng hình thức trả gởi tiền hàng hoặc cho nợ một phần tiền hàng. Thái độ của nhân viên phục vụ của các cửa hàng cũng ngày càng nâng cao. Đây là những chiêu thức tạo ra lợi thế cạnh tranh cho họ.

Tất cả các kết quả trên đây đều được rút ra từ cuộc khảo sát thị trường gần đây của Chấn Phong. Đây cũng là một trong những bước tiên của Chấn Phong trong việc nghiên cứu thị trường đặc biệt là hoạt động của các đối thủ cạnh tranh.

2.2.3. Đánh giá thực trạng.

Qua thời gian cộng tác với Công ty Chấn Phong và xuống làm việc trực tiếp tại cửa hàng số 1 Ký Con em đã thu thập được rất nhiều thông tin về công tác tổ chức bán hàng của Công ty Chấn Phong.

Bằng việc phân tích chuỗi hoạt động bán hàng thực tế em đã nhận thấy trong quy trình bán hàng hiện tại của công ty còn một số hạn chế dưới đây:

- Về hệ thống sổ sách: không thống nhất các mẫu sổ và cách ghi sổ. Cụ thể là cách ghi sổ bán hàng, sổ nợ, sổ đặt hàng... Tất cả đều không được thống nhất thành mẫu chính thức. Hơn thế nữa việc ghi sổ chỉ theo dõi được lượng tiền nợ chưa theo dõi được doanh thu và xuất nhập hàng.
- Về cách ghi sổ: không đều đặn, thường xuyên, liên tục.

Hai yếu tố trên đây sẽ khiến cho việc theo dõi trên sổ sách gặp khó khăn dẫn đến giám đốc không thể kiểm soát, đối chiếu giữa doanh thu với tổng tiền mặt và công nợ.

Ngoài ra việc quản lý tiền mặt vẫn theo hình thức của công ty tư nhân không tách bạch giữa tiền của cá nhân giám đốc với tiền bán hàng dẫn đến tình trạng không kiểm đếm thường xuyên. Kèm theo đó là việc không có sổ theo dõi tiền mặt nên thực chất 2 chủ cửa hàng không thể nắm được lượng tiền vào ra thực liên quan đến bán hàng,

Không có hệ thống kiểm tra, giám sát nhân viên bán hàng kèm theo hoạt động kiểm kê hàng hóa tại 2 cửa hàng nên hàng về bị chất chồng đống trong cửa

**Xây dựng quy trình bán hàng tại Công ty TNHH thương mại Chấn Phong
(Thực hiện công tác tư vấn của Công ty TNHH tư vấn quản lý và đào tạo Lê Mạnh)**

hàng, cho dù đã phân loại vẫn không thể kiểm kê một cách dễ dàng, nhanh chóng.

Công việc của nhân viên mới dừng lại ở việc giới thiệu sản phẩm cho khách và bao gói, vận chuyển sản phẩm, khâu quản lý tiền và ghi hóa đơn cùng các sổ sách đi kèm vẫn do cửa hàng trưởng thực hiện.

Nhân viên bán hàng làm việc dưới sự chỉ đạo của các cửa hàng trưởng. Chính điều này dẫn đến việc nhân viên làm việc không theo một trình tự cụ thể, gây lãng phí thời gian.

CHƯƠNG 3:

ĐỀ XUẤT GIẢI PHÁP XÂY DỰNG QUY TRÌNH BÁN HÀNG CHO CÔNG TY TNHH THƯƠNG MẠI CHẤN PHONG.

3.1. Cơ sở để đưa ra giải pháp xây dựng quy trình bán hàng .

Theo chiến lược mở rộng quy mô, chiếm lĩnh thị trường của công ty cần phải có một đội ngũ nhân viên bán hàng chuyên nghiệp. Vì vậy việc xây dựng, hoàn thiện và thực hiện quy trình bán hàng là một điều cần thiết.

Theo chủ trương và quan điểm của giám đốc công ty muốn cải thiện việc quản lý theo kiểu gia đình thay vào đó sẽ giao quyền và trách nhiệm cho nhân viên kinh doanh.

Làm việc có quy trình khoa học đã trở thành xu thế chung không chỉ của riêng các doanh nghiệp thương mại. Vì vậy việc xây dựng quy trình cho công ty Chấn Phong thực sự sẽ giúp doanh nghiệp đi lên theo chiều hướng chung của các công ty khác.

Trong thời gian tới để đáp ứng công việc hiện tại công ty có ý định tuyển mới một số vị trí trong đó có nhân viên kinh doanh. Việc xây dựng quy trình bán hàng sẽ giúp cho các nhân viên mới nhanh chóng nắm bắt công việc và hòa nhập với môi trường làm việc cũng như các nhân viên cũ.

Xây dựng quy trình bán hàng nhằm chuẩn hóa các bước trong khâu quan trọng nhất của công ty. Đây sẽ là hoạt động mang tính tiền đề để công ty tiếp tục xây dựng và hoàn thiện hệ thống quy trình làm việc ở các khâu còn lại như nhập, xuất hàng hóa, kiểm kê hàng tồn kho.....

3.2. Nội dung quy trình bán hàng

Căn cứ vào chiến lược và định hướng phát triển kênh phân phối của công ty trong thời gian tới và thực trạng công tác tổ chức bán hàng của công ty ở hiện tại, em đã xây dựng quy trình bán hàng dựa theo 2 phương thức bán hàng: bán hàng trực tiếp tại cửa hàng và bán hàng tại cơ sở của khách hàng (tại xưởng sản xuất).

Dưới đây là nội dung quy trình bán hàng theo 2 phương thức nói trên.

3.2.1. Quy trình bán hàng tại cửa hàng.

Mục đích:

Hướng dẫn nghiệp vụ cho nhân viên tham gia vào quá trình bán hàng tại cửa hàng.

Phạm vi áp dụng.

Tại các cửa hàng hiện tại và tương lai của công ty gồm:

Cửa hàng số 78 Tôn Đản.

Cửa hàng số 1A Ký Con.

Cửa hàng số 50 Trần Nhân Tông.

Trách nhiệm thực hiện:

- + Nhân viên bán hàng.
- + Kế toán bán hàng.
- + Thủ quỹ.
- + Nhân viên lao động thời vụ (nếu có).

Nội dung quy trình:

Trách nhiệm	Sơ đồ tiến trình	Mô tả
NVBH + KTBH+ TQ	Chuẩn bị bán	1.1
NVBH	Đón tiếp khách hàng	1.2
NVBH	Tìm hiểu nhu cầu	1.3
NVBH	Xem xét khả năng cung ứng	1.4
NVBH	Giới thiệu sản phẩm	1.5
KTBH	Ghi hoá đơn	1.6
TQ	Nhận thanh toán	1.7
NVPB	Giao hàng	1.8

Ghi chú:

- NVBH : nhân viên bán hàng.
- KTBH (kiêm cửa hàng trưởng).
- TQ: thủ quỹ.
- NVPB: nhân viên phụ bán (nhân viên lao động thời vụ).

Mô tả chi tiết.

1.1. Chuẩn bị bán hàng.

Công việc chuẩn bị bao gồm:

Đối với cá nhân: chỉnh đôn trang phục, đầu tóc gọn gàng, sạch sẽ.

Đối với thiết bị tại cửa hàng:

- Bật hệ thống đèn chiếu sáng, quạt (nếu cần), mở van nước.
- Kiểm tra hệ thống điện thoại, máy fax, mạng máy tính.

Đối với hệ thống sổ sách và tiền mặt:

- Chuẩn bị sẵn các mẫu sổ để trên bàn làm việc.
- Đối với tiền mặt cần sắp xếp và kiểm tra lại một lượt để đảm bảo có đủ tiền lẻ trong khi thanh toán.

Đối với hệ thống giá trưng bày:

- Sắp xếp lại hàng hoá trên giá hoặc trên sàn để đảm bảo hàng không bị đổ lộn, không bị xô lệch gây đổ vỡ.
- Những mặt hàng nhỏ lẻ cần được gom gọn vào thùng, hộp.

Vệ sinh sàn nhà, ghé ngò, cốc nước

1.2. Đón tiếp khách hàng.

Khi khách hàng đến trước cửa hàng, nhân viên bán hàng phải:

- Chỉ dẫn cho khách vị trí để xe và hỗ trợ khách để xe sao cho gọn gàng, không làm mất lối đi vào cửa hàng.
- Tươi cười mời khách hàng vào, chào hỏi lễ phép để tạo sự thân thiện.
- Trường hợp khách hàng đi đông hoặc có nhu cầu xem sản phẩm lâu cần mời khách hàng vào bàn để mời nước.

Khi tiếp cận khách hàng, nhân viên bán hàng cần tỏ thái độ nhã nhặn, niềm nở.

Quan sát thái độ của khách hàng để có thái độ ứng xử phù hợp.

1.3. Tìm hiểu nhu cầu khách hàng

Nhân viên bán hàng nên hỏi thăm qua về hoạt động sản xuất của khách hàng. Đó có thể là câu hỏi trực tiếp như (anh/chị đang sản xuất mặt hàng gì, anh mở xưởng được bao lâu rồi, cửa hàng của anh/ chị nằm ở khu vực nào?) hoặc

Xây dựng quy trình bán hàng tại Công ty TNHH thương mại Chấn Phong (Thực hiện công tác tư vấn của Công ty TNHH tư vấn quản lý và đào tạo Lê Mạnh)

hỏi những câu hỏi mang tính thăm dò phỏng đoán như: anh chị làm ngành cơ khí hay đồ gỗ? Sản phẩm mà anh chị sản xuất là gì?

Hỏi xem khách muốn mua hàng hay đặt hàng.

Nếu khách mua hàng:

Nhân viên nên hướng vào nhu cầu của khách hàng bằng câu hỏi: Anh chị muốn mua loại vật tư gì? (Anh chị muốn mua đá mài, đá cắt hay keo?)

Sau khi khách hàng thông báo tên sản phẩm cần căn cứ vào những thông tin bổ sung để hỏi thêm các câu hỏi phụ (nếu cần) liên quan đến quy cách sản phẩm.

- Đối với đá mài, đá cắt nên hỏi về đường kính, nhãn hiệu, xuất xứ, đá mài tay hay đá mài công nghiệp.
- Đối với vải ráp hỏi về loại vải ráp: ráp cuộn, ráp xếp hay ráp dính, ráp tờ.
- Đối với keo nói rõ loại keo: 502, dino hay X66... Dung tích keo: lọ to hay nhỏ.

Nếu khách đặt hàng:

Nhân viên bán hàng ghi lại yêu cầu của khách vào sổ đặt hàng.

1.4. Xác định khả năng đáp ứng.

Trong quá trình khách mô tả hàng hóa cần định hình rõ sản phẩm còn hay hết. đặt tại đâu sau đó nhanh chóng đem hàng cho khách xem.

Nếu mặt hàng khách cần không nằm trong danh mục hàng hóa có thể cung cấp của công ty thì cần xin lỗi khách, thông báo cửa hàng hiện không bày bán mặt hàng này và hẹn khách quay lại để mua các vật tư khác.

1.5. Giới thiệu sản phẩm (cho khách xem hàng).

Nhân viên bán hàng chịu trách nhiệm đem hàng mẫu cho khách xem. Nếu khách hàng không thể mô tả đầy đủ các thông tin về sản phẩm thì nên đưa khách vào xem hàng. Trong quá trình khách xem hàng nên hỗ trợ khách lấy hàng và để hàng lại vị trí cũ.

Sau khi khách hàng khẳng định là đúng sản phẩm cần mua thì nên hỏi khách hàng muốn mua số lượng bao nhiêu.

**Xây dựng quy trình bán hàng tại Công ty TNHH thương mại Chấn Phong
(Thực hiện công tác tư vấn của Công ty TNHH tư vấn quản lý và đào tạo Lê Mạnh)**

Nhanh chóng lấy đúng số lượng. Nếu là đá mài nên để trong hộp rồi cho vào túi nilon, chỉ dẫn cho khách đến bàn thanh toán.

1.4. Viết hoá đơn.

Kế toán bán hàng ghi đầy đủ các thông tin về khách hàng, địa chỉ, điện thoại, tên hàng, số lượng, quy cách, đơn giá, tính thành tiền và ghi vào hoá đơn. Kế toán có nhiệm vụ giao hóa đơn để khách đến quầy thanh toán.

1.5. Làm thủ tục thanh toán.

Thủ quỹ ghi phiếu thu dựa theo hóa đơn của khách hàng. Nhận tiền thanh toán của khách và nói cảm ơn. Trả lại tiền thừa cho khách (nếu có).

Nhân viên bán hàng hỗ trợ khách mang hàng ra xe.

1.6. Nhập thông tin vào các sổ liên quan

Nhập thông tin vào sổ nhật ký bán hàng.

Nếu khách hàng thanh toán chậm thì nhập thông tin vào sổ nhật ký công nợ..

Hệ thống mẫu biểu.

Sổ nhật ký bán hàng (mẫu 01).

Sổ quỹ tiền mặt (mẫu 02).

Sổ theo dõi nợ (mẫu 03).

Sổ theo dõi đặt hàng (mẫu 04).

Mẫu 01:

Ngày /tháng/năm	Tên khách	Địa chỉ	Tên vật tư	Số lượng mua	Đơn giá	Thành tiền	Đã thanh toán	Nợ	Ký tên

Xây dựng quy trình bán hàng tại Công ty TNHH thương mại Chấn Phong
(Thực hiện công tác tư vấn của Công ty TNHH tư vấn quản lý và đào tạo Lê Mạnh)

Mẫu 2:

Ngày/tháng/năm	Phát sinh	Tồn đầu ngày	Tăng tiền	Giảm tiền	Tồn cuối ngày

Mẫu 03:

Tên khách hàng	Địa chỉ	Ngày ghi nợ	Số tiền nợ	Thu hồi nợ

Mẫu 04:

Ngày tháng	Tên khách	Điện thoại	Sản phẩm đặt	Số lượng	Thời gian yêu cầu giao hàng

3.2.2. Quy trình bán hàng tại xưởng.

Mục đích

Hướng dẫn nghiệp vụ cho các nhân viên tham gia công việc bán hàng tại xưởng (tại cơ sở sản xuất của khách hàng).

Phạm vi áp dụng

- Phòng kinh doanh
- Phòng kế toán
- Kho hàng

Đối tượng áp dụng:

- + Nhân viên kinh doanh tại cửa hàng
- + Thủ kho
- + Kế toán bán hàng
- + Thủ quỹ.

**Xây dựng quy trình bán hàng tại Công ty TNHH thương mại Chấn Phong
(Thực hiện công tác tư vấn của Công ty TNHH tư vấn quản lý và đào tạo Lê Mạnh)**

Nội dung quy trình:

Trách nhiệm	Sơ đồ tiến trình	Mô tả.
NVBH, (KTBH)	Tiếp nhận nhu cầu đặt hàng.	2.1
NVGH+KTBH+TK	Làm thủ tục xuất hàng.	2.2
NVGH	Xếp hàng lên xe.	2.3
NVGH	Vận chuyển.	2.4
NVGH	Giao hàng	2.5
NVGH	Nhận thanh toán.	2.6
NVGH+KTBH	Bàn giao kết quả	2.7

Ghi chú:

NVGH: nhân viên giao hàng.

KTBH: kế toán bán hàng.

TK: thủ kho.

Mô tả chi tiết:

2.1. Tiếp nhận nhu cầu đặt hàng.

- Nghe điện thoại.
- Ghi thông tin vào phiếu đặt hàng.

2.2. Ghi và bàn giao hóa đơn.

Kế toán căn cứ vào phiếu đặt hàng ghi hóa đơn.

Kế toán giao phiếu đặt hàng cùng hóa đơn bán hàng cho nhân viên chịu trách nhiệm giao hàng.

2.3. Xuất hàng.

Nhân viên giao hàng đưa phiếu đặt hàng cho thủ kho.

Thủ kho căn cứ vào phiếu đặt hàng để ghi phiếu xuất và vào thẻ kho.

Sau khi thủ kho làm xong thủ tục và đồng ý xuất hàng. Nhân viên giao hàng cùng thủ kho kiểm đếm số lượng, chủng loại hàng và xếp hàng lên xe.

2.4. Vận chuyển.

Nhân viên giao hàng căn cứ vào địa chỉ ghi trên đơn đặt hàng để vận chuyển hàng đến đúng địa điểm cho khách.

2.5. Giao hàng.

Nhân viên giao hàng cùng với khách hàng kiểm tra đối chiếu giữa hàng hóa thực giao với đơn đặt hàng.

Nhân viên giao hàng cho khách hàng ký vào hóa đơn bán hàng.

Sau đó cho khách ký vào sổ giao hàng để xác nhận hàng hóa đã được giao.

2.6. Thanh toán.

Mọi khách hàng khi mua hàng tại xưởng đều phải trả tiền ngay.

Nhân viên bán hàng có nhiệm vụ ghi phiếu thu và nhận tiền thanh toán của khách.

2.7. Bàn giao tiền và giấy tờ.

Nhân viên giao hàng khi quay trở lại cửa hàng sẽ có trách nhiệm bàn giao tiền hàng cho thủ quỹ và đơn đặt hàng có xác nhận của người mua cho kế toán bán hàng.

Hệ thống mẫu sổ sử dụng :

Mẫu phiếu đặt hàng (mẫu 05).

Mẫu sổ theo dõi giao hàng (mẫu 06).

Mẫu phiếu thu (theo mẫu thông thường).

Mẫu hóa đơn (theo mẫu do Bộ tài chính ban hành).

Mẫu 05:

Mẫu 06:

3.3. Một số giải pháp để kiểm soát quy trình bán hàng.

Nội dung kiểm tra quy trình bán hàng.

- Các chức năng cơ bản trong quy trình
- Mục tiêu của quy trình
- Rủi ro của quy trình
- Cơ chế kiểm soát áp dụng
- Một số rủi ro thường gặp và cơ chế kiểm soát tương ứng
- Hệ thống chứng từ trong quy trình
- Quy chế nghiệp vụ bán hàng

Các chức năng cơ bản

Xây dựng quy trình bán hàng tại Công ty TNHH thương mại Chấn Phong (Thực hiện công tác tư vấn của Công ty TNHH tư vấn quản lý và đào tạo Lê Mạnh)

- Bán hàng : Nhận đặt hàng, Quyết định bán hàng, Chuẩn bị hàng, Giao hàng
- Thu tiền
- Ghi nhận – báo cáo

Mục tiêu của quy trình

- Bán hàng : bán đúng, bán đủ, bán kịp thời
- Thu tiền : thu bằng nộp trước
- Ghi nhận và báo cáo => ngắn gọn, rõ ràng dễ hiểu

Mục tiêu của việc bán hàng :

- Bán đúng : đúng khách hàng, đúng giá, đúng hàng.
- Bán đủ : đủ số lượng đã thỏa thuận.
- Bán kịp thời : kịp thời hạn đã cam kết.

Mục tiêu của việc thu tiền :

- Thu đúng : đúng người, đúng lô hàng
- Thu đủ : đủ số tiền cần phải thu
- Thu kịp thời : hạn (không để nợ quá hạn)

Mục tiêu của việc ghi nhận và báo cáo

- Đúng, đủ, kịp thời, ngắn gọn, dễ hiểu.
- (đối với cả BPKế toán & BP bán hàng)

Rủi ro của quy trình

- Bán hàng : không đúng, không đủ, không kịp thời
- Thu tiền : không đúng, không đủ, không kịp thời
- Ghi nhận & báo cáo : không....

Các cơ chế kiểm soát

- Phê duyệt.
- Sử dụng mục tiêu.
- Bất kiêm nhiệm.
- Bảo vệ tài sản.
- Đối chiếu.
- Báo cáo bất thường.

Xây dựng quy trình bán hàng tại Công ty TNHH thương mại Chấn Phong (Thực hiện công tác tư vấn của Công ty TNHH tư vấn quản lý và đào tạo Lê Mạnh)

- Kiểm tra & theo dõi.

- Định dạng trước.

Một số rủi ro thường gặp & cơ chế kiểm soát tương ứng

Một số rủi ro

- Bán hàng nhưng không thu được tiền (do khách hàng không có khả năng trả tiền hay có tiền nhưng không chịu trả)

+ Đánh giá uy tín.

+ Duyệt hạn mức tín dụng.

+ Phân tích tuổi nợ.

+ Nếu bán hàng lần đầu.

- Bán hàng không đúng giá, tính toán sai chiết khấu

+ Phê duyệt giá bán

+ Cập nhật giá mới

- Giao hàng trễ

+ Kiểm tra tồn kho trước khi chấp nhận đơn hàng.

+ Theo dõi đơn đặt hàng tồn đọng.

- Giao hàng sai quy cách, phẩm chất, số lượng

+ Khách hàng ký duyệt mẫu hàng.

+ Đối chiếu đơn đặt hàng.

+ Khách hàng ký bao bì giao nhận hàng.

- Phát hành hoá đơn sai

+ Phê duyệt hoá đơn.

+ Đối chiếu hoá đơn với đơn đặt hàng và phiếu xuất kho.

- Tiền bán hàng bị lạm dụng :

+ Định kỳ đối chiếu công nợ

+ Thường xuyên đối chiếu số dư ngân hàng

+ Người thu tiền khác người ghi chép thu tiền

- Sai sót trong ghi chép nghiệp vụ

+ Các chứng từ bán hàng đều chuyển về KT ghi chép

**Xây dựng quy trình bán hàng tại Công ty TNHH thương mại Chấn Phong
(Thực hiện công tác tư vấn của Công ty TNHH tư vấn quản lý và đào tạo Lê Mạnh)**

+ Đối chiếu số bán hàng với số xuất hàng tồn kho

+ Đối chiếu số thu tiền với bảng kê ngân hàng

Cơ chế kiểm soát phát hiện rủi ro

- Các báo cáo về :

+ Các đơn hàng chưa thực hiện.

+ Các số dư phải thu quá hạn.

+ Sai lệch số lượng trên hoá đơn và số xuất kho.

- Đối chiếu doanh số theo kế toán với doanh số trên báo cáo bán hàng của bộ phận bán hàng.

- Phân tích tỷ lệ lãi gộp.

- Phân tích vòng quay hàng tồn kho.

- Giám sát số ngày thu tiền bình quân.

Hệ thống chứng từ căn bản.

- Đơn đặt hàng.

- Phiếu xuất kho.

- Hoá đơn.

- Phiếu thu/Báo có ngân hàng.

Quy trình nghiệp vụ thể hiện qua chứng từ

- Chứng từ là bằng chứng bằng giấy tờ về một nghiệp vụ đã phát sinh và đã hoàn thành.

- Quy trình nghiệp vụ thể hiện qua chứng từ cụ thể như sau :

+ Thông qua các chữ ký

+ Thông qua số liên phát hàng và sự luân chuyển chứng từ cho các bộ phận và các cá nhân có liên quan.

Quy trình nghiệp vụ thể hiện qua chứng từ

- Thể hiện qua chứng từ :

+ Chứng từ có mấy chữ ký

+ Ai sẽ phải ký vào

+ Ký để làm gì

**Xây dựng quy trình bán hàng tại Công ty TNHH thương mại Chấn Phong
(Thực hiện công tác tư vấn của Công ty TNHH tư vấn quản lý và đào tạo Lê Mạnh)**

- Thể hiện qua số liên :

+ Phát hành mấy liên

+ Cho những ai ở đâu

+ Để làm gì

Đơn đặt hàng

- Ai phát hành : nhân viên tiếp nhận đặt hàng phát hành.

- Chữ ký :

+ Chứng từ có ít nhất là 3 chữ ký

+ Ai sẽ phải ký vào : Khách hàng, kế toán bán hàng, nhân viên tiếp nhận đặt hàng.

+ Ký để làm gì : Khách hàng ký để xác nhận việc đặt hàng, kế toán bán hàng ký để phê duyệt việc bán.

- Số liên :

+ Mấy liên : 2 liên

+ Cho những ai ở bộ phận nào và để làm gì :

-> 1 liên gốc lưu để theo dõi thực hiện việc bán hàng.

-> 1 liên chuyển bộ phận đi giao hàng.

1 liên để thủ kho lấy căn cứ ghi nhận phiếu xuất kho.

Phiếu xuất kho

- Phiếu xuất kho do Bộ phận bán hàng phát hành

- Chữ ký

+ Chứng từ có mấy chữ ký : 5 chữ ký

+ Ai ký & ký làm gì :

-> Người lập (ký để xác nhận việc lập phiếu)

-> Trưởng bộ phận (ký để kiểm tra bán đúng, bán đủ, bán kịp thời, đúng số tiền)

-> Giám đốc (ký để phê duyệt việc xuất bán)

-> Thủ kho (ký để xác nhận việc xuất kho)

-> Khách hàng (ký để xác nhận việc đã nhận đúng và đủ hàng)

- Số liên :

+ Phát hành mấy liên : 4 liên

Xây dựng quy trình bán hàng tại Công ty TNHH thương mại Chấn Phong (Thực hiện công tác tư vấn của Công ty TNHH tư vấn quản lý và đào tạo Lê Mạnh)

+ Cho những ai ở bộ phận nào và để làm gì

-> 1 liên gốc lưu tại BP bán hàng để theo dõi doanh thu và công nợ phải thu.

-> 1 liên thủ kho giữ lại để xem như là lệnh xuất kho.

-> 1 liên chuyển cho kế toán để theo dõi doanh thu, công nợ, hàng tồn kho...

-> 1 liên khách hàng giữ để làm cơ sở đối chiếu nhập kho tại kho của khách hàng

Hoá đơn của Bộ tài chính

- Ai viết hoá đơn : Bộ phận kế toán

- Chữ ký :

+ Máy chữ ký : 3

+ Ai ký & ký làm gì :

-> Người viết hoá đơn (ký để xác nhận việc viết hoá đơn)

-> Thủ trưởng : (ký và đóng dấu để phê duyệt/xác nhận việc bán hàng nhất là với các cơ quan nhà nước – giúp cho người mua chứng minh được rằng việc mua hàng của mình là hoàn toàn hợp pháp)

-> Khách hàng : (ký để xác nhận việc mua hàng – giúp cho người bán có cơ sở để chứng minh việc bán hàng)

- Số liên :

+ Máy lên : 3 liên

+ Cho ai & để làm gì :

-> 1 liên gốc (liên tím) lưu tại bộ phận kế toán để theo dõi doanh thu và công nợ (kế toán thuế)

-> 1 liên (liên đỏ) giao cho khách hàng

-> 1 liên (liên xanh) chuyển cho Bộ phận bán hàng để theo dõi doanh thu & công nợ phải thu

Phiếu thu

- Ai phát hành : Bộ phận kế toán

- Chữ ký :

+ Máy chữ ký : 4 chữ ký

+ Ai ký & ký làm gì

Xây dựng quy trình bán hàng tại Công ty TNHH thương mại Chấn Phong (Thực hiện công tác tư vấn của Công ty TNHH tư vấn quản lý và đào tạo Lê Mạnh)

-> Người lập phiếu (ký để xác nhận việc lập phiếu)

-> Kế toán trưởng (ký để kiểm tra phiếu thu : thu đúng, thu đủ, thu kịp thời)

-> Khách hàng (ký để xác nhận việc trả tiền – giúp công ty có căn cứ để xác minh thu tiền đúng đối tượng

- Số liên :

+ Máy liên : 3 liên

+ Cho ai & để làm gì :

-> 1 liên gốc lưu tại kế toán để hạch toán giảm công nợ phải thu

-> 1 liên thủ quỹ giữ để xem đây như là lệnh thu tiền

-> 1 liên giao cho khách hàng để thay cho giấy biên nhận đã nhận tiền

3.4. Tính khả thi của giải pháp xây dựng quy trình bán hàng.

Với mong muốn mở rộng quy mô kinh doanh theo chiều rộng và chiều sâu, đặc biệt là cải tổ hoạt động bán hàng tại cửa hàng công ty Chấn Phong đã chủ động đề nghị và đồng ý thoả thuận ký kết hợp đồng. Đây được coi là lời cam kết của công ty trong việc áp dụng và triển khai quy trình mới tại cả 2 cửa hàng hiện tại.

Không chỉ hợp tác với Công ty Lê Mạnh về xây dựng quy trình bán hàng công ty còn hợp tác với công ty Lê Mạnh xây dựng cơ cấu tổ chức cho phòng kinh doanh và tuyển dụng thêm trưởng phòng kinh doanh, nhân viên bán hàng.

Sau khi bàn giao xong hệ thống quy trình bán hàng cho Công ty Chấn Phong công ty Lê Mạnh còn hỗ trợ đào tạo và phổ biến quy trình bán hàng cho nhân viên công ty. Dự kiến quy trình được triển khai theo kế hoạch dưới đây.

Giai đoạn 1: Tổ chức phổ biến nội dung quy trình cho nhân viên công ty bao gồm: giám đốc, nhân viên bán hàng, nhân viên bán hàng tại cửa hàng, nhân viên bán hàng theo tuyến...

Thời gian dự kiến: 2 buổi, mỗi buổi 2 tiếng.

Hình thức đào tạo: tập trung ngay tại cửa hàng.

Trong đó nội dung phổ biến bao gồm :

- Mục đích.
- Phạm vi áp dụng.

Xây dựng quy trình bán hàng tại Công ty TNHH thương mại Chấn Phong (Thực hiện công tác tư vấn của Công ty TNHH tư vấn quản lý và đào tạo Lê Mạnh)

- Đối tượng thực hiện.
- Trình tự áp dụng quy trình.
- Hình thức phổ biến quy trình.
- Hệ thống mẫu biểu và cách áp dụng.

Giai đoạn 2: Trực tiếp cử nhân viên làm việc mẫu và hướng dẫn nhân viên làm trực tiếp theo quy trình. Đây là giai đoạn để phát hiện các thiếu sót để kịp thời bổ sung quy trình.

Giai đoạn 3: Chính thức chuẩn hoá và bàn giao quy trình chuẩn cho khách hàng.

3.5. Dự kiến hiệu quả của giải pháp.

Việc thực hiện quy trình bán hàng cần có thời gian để áp dụng vào thực tế và điều chỉnh sao cho phù hợp. Tuy nhiên việc Công ty TNHH thương mại Chấn Phong áp dụng quy trình này vào thực tế sẽ mang lại những hiệu quả nhất định.

Hiệu quả của việc áp dụng quy trình này mang ý nghĩa thực tiễn như sau:

- Rút ngắn thời gian phục vụ khách hàng (từ khi khách bước vào cửa hàng cho đến khi khách hàng ra khỏi cửa hàng). Từ đó mang lại sự tiện lợi cho khách hàng khi làm các thủ tục mua bán tại các cửa hàng của công ty. Đây cũng là một hình thức để thu hút khách hàng và nâng cao uy tín của công ty.
- Rút ngắn thời gian đào tạo cho nhân viên mới.

Về chi phí ban đầu bao gồm:

Chi phí ký kết hợp đồng với công ty Lê Mạnh: 5 triệu đồng.

Nếu xét về lâu dài, hiệu quả mang lại cho công ty sẽ ngày càng tăng.

LỜI KẾT.

Trong nền kinh tế thị trường các doanh nghiệp luôn phải cạnh tranh với nhau, việc tiêu thụ hàng hóa ngày càng trở lên khó khăn hơn. Để sản phẩm hàng hóa đến tận tay người tiêu dùng nhanh nhất và có hiệu quả cao nhất thì bên cạnh việc đảm bảo số lượng, chất lượng sản phẩm thì việc tổ chức bán hàng để đảm bảo tính khoa học, hợp lí là một trong những yếu tố quan trọng.

Điều này không chỉ góp phần hỗ trợ cho hoạt động quản lý bán hàng ở các doanh nghiệp mà còn giúp đội ngũ bán hàng làm việc chuyên nghiệp hơn từ đó tạo ra sự hài lòng với khách hàng của doanh nghiệp.

Qua việc thực hiện xây dựng quy trình bán hàng tại công ty TNHH thương mại Chấn Phong theo nhiệm vụ được giao ở Công ty TNHH tư vấn quản lý và đào tạo Lê Mạnh, em đã thực sự có được những kinh nghiệm quý báu cho bản thân. Nhưng do thời gian nghiên cứu còn nhiều hạn chế nên bài khóa luận của em không tránh khỏi những thiếu sót. Em rất mong nhận được sự góp ý, giúp đỡ, chỉ bảo tận tình của các thầy cô.

Một lần nữa em xin gửi lời cảm ơn chân thành đến các thầy cô trong khoa Quản trị kinh doanh Trường Đại học Dân Lập Hải Phòng. Đặc biệt là Tiến sĩ Nguyễn Xuân Quang cùng giám đốc Lê Đình Mạnh đã tận tình hướng dẫn em hoàn thành khóa luận này. Em cũng xin chân thành cảm ơn các anh chị nhân viên Công ty Lê Mạnh và Công ty Chấn Phong đã tạo điều kiện giúp đỡ em trong thời gian qua.

Hải Phòng, tháng 6 năm 2010.

MỘT SỐ TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Marketing căn bản – Philip Kotler, NXB Thống kê.
2. Quản trị marketing – Philip Kotler, NXB Thống kê.
3. Quản trị doanh nghiệp thương mại – PGS.TS. Phạm Vũ Luận.
4. Bài giảng môn Marketing căn bản – Th.S. Hoàng Chí Cường.
5. Các tài liệu thu thập tại Công ty TNHH thương mại Chấn Phong.
6. Các tài liệu thu thập tại Công ty TNHH Tư vấn Quản lý và Đào tạo Lê Mạnh.