

# Certificate of Business Management

Presented By

**Lê Châu Tuấn MBA CEO**

*“Former Marketing Director*

*Unilever Vietnam”*

# Quản trị kinh doanh là



- Làm kinh tế: Tạo ra khách hàng
- Phối hợp mọi hoạt động để tạo ra sự hài lòng cho khách hàng
- Nhận sự tưởng thưởng với giá trị lớn hơn công sức

# Quá trình phát triển

Production Era

Sales Era

Marketing Era

Relationship  
Marketing Era

# Chúng ta sẽ học.....

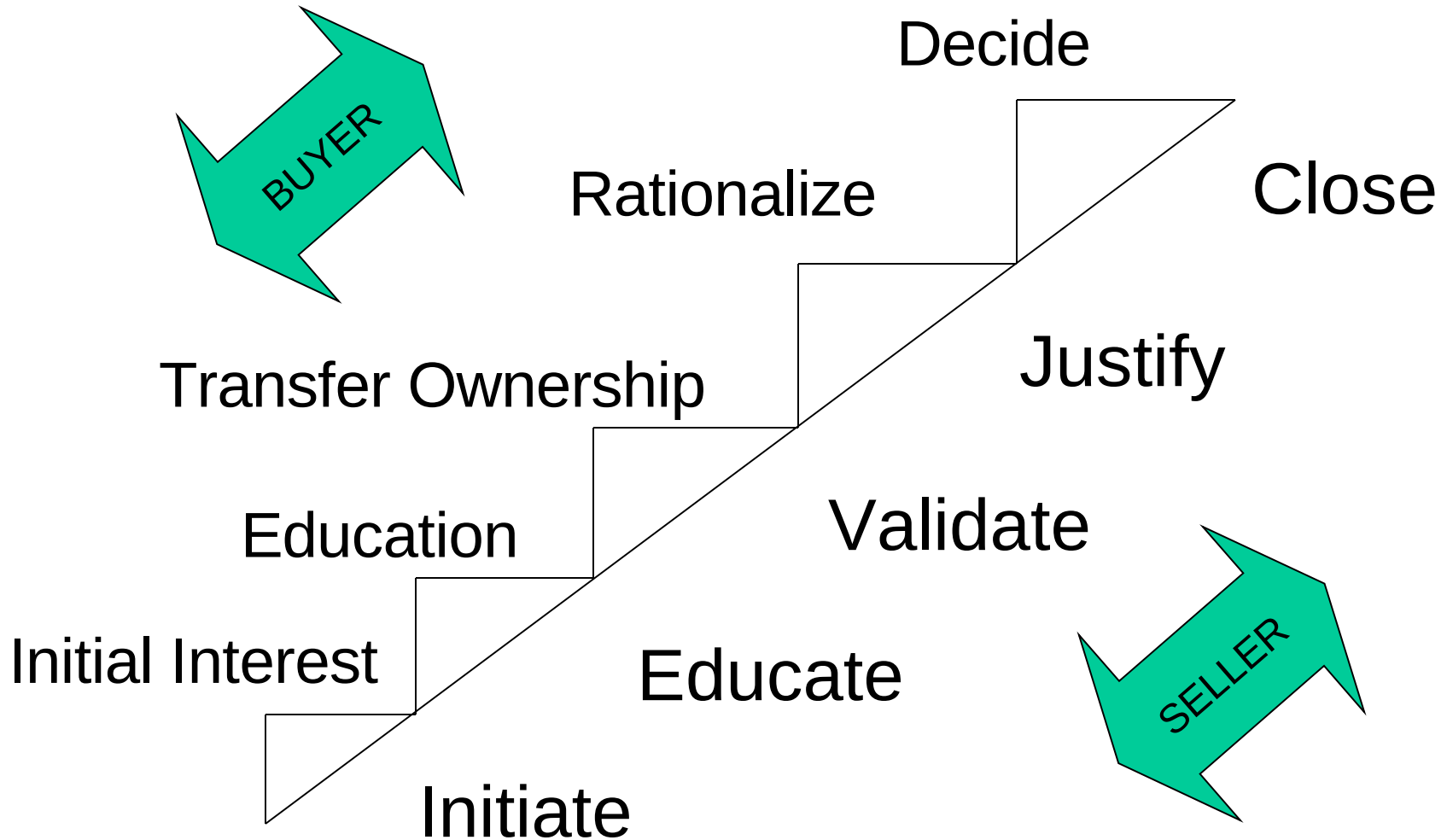
1. Cách tạo ra khách hàng
2. Cách trình bày ấn tượng
3. Nghệ thuật đàm phán
4. Cách làm khách hàng hài lòng

# Cách tạo ra khách hàng

# 5 Câu hỏi thiết yếu

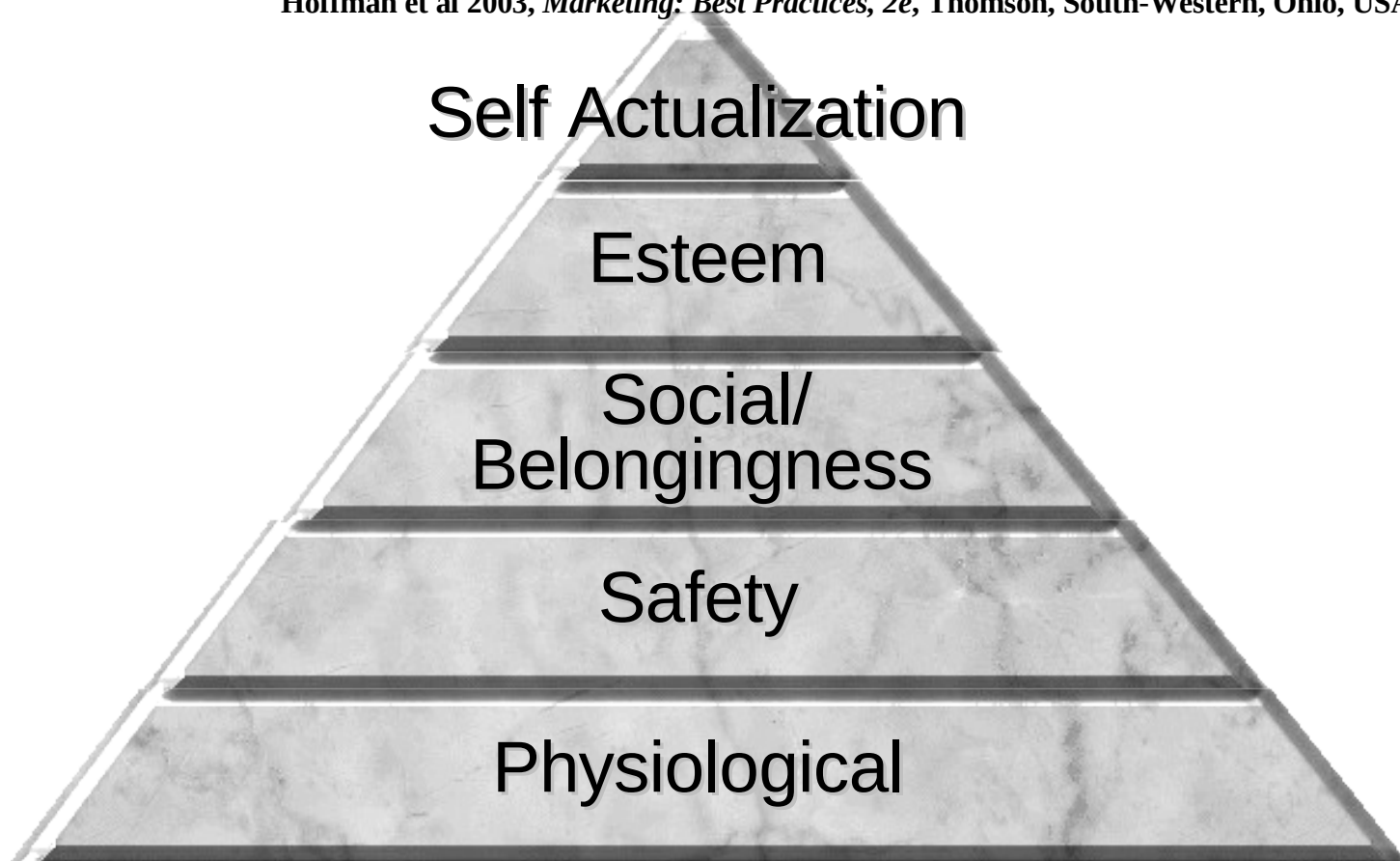
1. Sản phẩm của bạn là gì?
2. Giá trị tăng thêm mang lại?
3. Tốt hơn cái hiện tại KH đang có?
4. Mục tiêu bạn muốn đạt được?
5. Độ khó, thời gian để thành công?

# Buyer's Steps



# Needs Before Wants

## Maslow's Hierarchy of Needs (Source: Hoffman et al 2003, *Marketing: Best Practices, 2e*, Thomson, South-Western, Ohio, USA )





# The Marketing Environment



Source: Hoffman et al 2003, *Marketing: Best Practices, 2e*, Thomson, South-Western, Ohio, USA

# 5 Bước tạo ra khách hàng

1. Chuẩn bị
2. Mở đầu
3. Trình bày
4. Kết thúc
5. Đánh giá

# Chuẩn bị

1. Thái độ
2. Kiến thức sản phẩm
3. Kỹ năng bán hàng
  - Kịch bản nói chuyện
  - Dụng cụ hỗ trợ
  - Báo cáo ghi chép

# Ví dụ

Chọn 1 trong 3 sản phẩm sau đây:

- Anh văn luyện nghe nói
- Học đầu tư chứng khoán
- Một sản phẩm mà bạn yêu thích

Hãy tạo ra khách hàng!

# Ví dụ

Mở đầu:

Em là ..., nhân viên tư vấn của Trung Tâm THE BEST, một Trung Tâm chuyên dạy AV theo phương pháp hiện đại của Hoa Kỳ, giúp các bạn:

1

2

3

# Ví dụ

Chuyển ý và trình bày:

Trước khi giải thích về các khóa học, anh vui lòng cho biết ...

Như vậy, em giới thiệu với anh chương trình này, nó giúp anh

1

2

3

# Ví dụ

Kết thúc:

Sau khi phân tích, em đề nghị ...

Nếu đăng ký trước ngày ... anh sẽ  
được ...

# Thực tập

Chọn 1 trong 3 sản phẩm sau đây:

- Anh văn luyện nghe nói
- Học đầu tư chứng khoán
- Một sản phẩm mà bạn yêu thích

Hãy tạo ra khách hàng!



# 10 Bài học

1. Provide solutions to people's problems
2. Build your business on referrals
3. Look at a business with consistent demand
4. Qualifications build credibility.
5. Come up with a unique brand

# 10 Lessons

6. Provide the client with three options
7. Back your options up with examples
8. What's the pain or gain?
9. Provide written details
10. Review, evaluate and follow-up

# Kỹ năng trình bày

# Lý do & lợi ích mang lại

Bạn có thấy khó khăn khi mở đầu?

Kỹ năng này giúp bạn:

- Mở đầu ấn tượng
- Chuyển tải ý tưởng rõ ràng
- Kiểm soát cuộc nói chuyện

# 6 cách mở đầu

- Nêu ra một ai đó mà khách hàng biết
- Kể một kinh nghiệm cá nhân
- Kể câu chuyện gần đây
- Câu hỏi tu từ
- Kể một giai thoại

# Chuyển tải ý tưởng

- Số 3 kỳ diệu

Thống kê cho thấy, người ta chỉ nhớ được 7 ý  $\pm$  2

Tốt nhất, bạn chỉ nên nói 3 ý

# Một số dàn ý

- Sales:
  - Tình hình
  - Các vấn đề
  - Đề nghị 3 Giải pháp

# Nội dung câu chuyện

Người ta thường thích nghe những câu chuyện có nội dung như:

- Lần đầu tiên
- Thành công / Thất bại / Thành công
- Mẫu “người hùng” thời nay
- Nổi tiếng – im lặng – xuất hiện



# Những câu chuyển ý

- Từ X, chúng ta có thể thấy Y

# Sales Tools Kit



Source: Hoffman et al 2003, *Marketing: Best Practices, 2e*, Thomson, South-Western, Ohio, USA

# Các Công Cụ Bán hàng

- Đồng phục
- Name Card
- Brochure
- Tờ gấp mô tả sản phẩm
- Thẻ khách hàng

# How To Win New Business



1. Strong Self-Belief
2. Certainty in an age of Uncertainty
3. Visual Imagery
4. The Personal Brand
5. Relentless Discipline

# How To Win New Business



6. Emotional connection – family values
7. Shared set of values – Integrity Marketing
8. Consistent message
9. Read, relate, reflect issues of concern or trends
10. A great call to action



FEB 23 2003

# Dịch vụ khách hàng

# 5 Nguyên tắc chính

1. Thái độ đồng cảm
2. Độ tin cậy
3. Tốc độ
4. Bề ngoài
5. Bảo đảm “chế độ hậu mãi”



# Ví dụ

1. Áp dụng trong lúc bán hàng
2. Áp dụng ở nhà hàng
3. Áp dụng trong tiệm Beauty salon

# Thực tập

1. Chia nhóm, quan sát và phân tích dịch vụ khách hàng hiện nay.
2. Đề nghị cải tiến

# Nghệ thuật đàm phán

## Lý do & lợi ích

1. Biết cách cân bằng giữa nghĩa vụ & quyền lợi của 2 bên
2. Dùng khi: bán hàng, soạn thảo hợp đồng, mua hàng, ...
3. Tỷ phú Donald Trump chỉ sử dụng 1 kỹ năng này!

# Cách thực hiện

1. Xác định điều bạn muốn
2. Dự đoán điều bên kia muốn
3. Không bao giờ nói NO!
4. Đổi lại, anh sẽ làm gì cho tôi?
5. Cho ít, kể nhiều và ngược lại!

# Ví dụ

Chia làm 2 nhóm

Mỗi nhóm chuẩn bị 1 số điều kiện khi học Anh Văn

Bắt đầu đàm phán

Nhận xét? Đề nghị cải tiến?

# Hết Certificate I

## Chia nhóm thực tập

# Certificate of Business Management Part II



# Marketing là ...

1. Đọc được Need & Want của NTD
2. Sáng tạo sản phẩm & dịch vụ
3. Tuyên truyền sản phẩm
4. Tổ chức mọi hoạt động để thu lợi

# **Bạn sẽ học được ...**

1. Cách khám phá nhu cầu NTD
2. Cách truyền thông
3. Cách làm việc nhóm

# Khám phá nhu cầu ...

1. Thế nào là insight
2. Bài tập để phát hiện insight
3. Checklists

# Market Research

Phân loại theo phương pháp:

- Quali
- Quanti

# Market Research

Phân loại theo mục đích:

- Xác định chiến lược
- Khám phá ý tưởng
- Đánh giá sản phẩm
- Theo dõi thị trường

# Ví dụ về Market Research

- Habit & Attitude: MT Shopper
- Focus Group Trường lý tưởng
- Innocheck Salon Products
- Brand Health Check

# Thực tập: Giao tiếp với Agency

- Viết brief
- Thiết kế bảng câu hỏi
- Tổ chức thực hiện

# Định vị sản phẩm

- 8 yếu tố căn bản
- Hệ thống thương hiệu
- Tài sản thương hiệu



# 8 yếu tố căn bản

1. Môi trường cạnh tranh
2. Khách hàng nhắm đến
3. Nhu cầu thực sự

# 8 yếu tố căn bản

4. Lợi ích

5. Sự khác biệt

6. Lý do để tin

7. Giá trị & tính cách

8. Sự cần thiết của thương hiệu

# Ví dụ

Dove

ICBINB

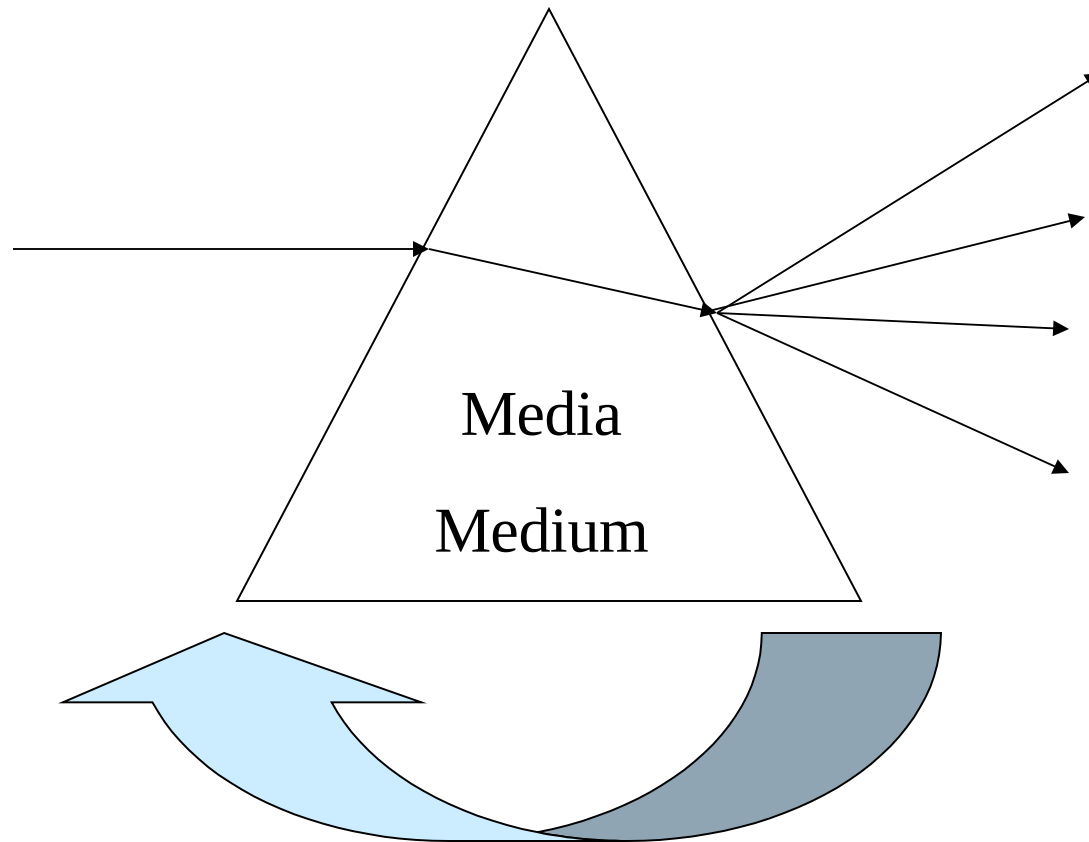
# Brand Communication

Chia sẻ

Giới thiệu bạn với người đối diện

Nhận xét

# Brand Communication



# Các Phương tiện truyền thông

## Brand Awareness

### Long Term Objectives

- Create Brand Awareness
- Richness of Information

● Newsletters

● Trade Journals

● Magazines

● Press

● Direct Mail

● Outdoor / Billboards

● TV

Emotional

Rational

## Consumer Response

Email



● Point of Purchase

● Telemarketing

● Personal Presentations  
Seminars & Workshops

### Short Term Objectives

- Precipitating Action
- Involving audience

# Ví dụ thực tế

## Lipton Communication Planning

- Chia nhóm
- Thảo luận
- Nhận xét

# Khuyến mãi

Các loại khuyến mãi: Push & Pull

- Viết bản đề nghị khuyến mãi
- Thảo luận
- Nhận xét



# Quản trị Nhân sự

- Tuyển dụng
- Đào tạo & Phát triển
- Đãi ngộ
- Thông tin & Quan hệ nhân viên

# Các yếu tố của con người

- Thái độ
- Tính cách
- Nhận thức
- Kỹ năng
- Kiến thức
- Kinh nghiệm

# Sự thích hợp với công việc

- Lãnh đạo
- Giám sát
- Nhân viên

# Bí quyết để thành công

- Điều kiện cần:
  - Làm việc chăm chỉ
  - Luôn phấn đấu chiến hăng bản thân
  - Luôn phấn đấu là người tốt nhất
  - Hòa đồng với mọi người
- Điều kiện đủ: Cơ hội đến!

# Cách làm việc nhóm

Hiểu & cam kết cùng thực hiện 1 nhiệm vụ

Biết điểm mạnh của từng người

Có người lãnh đạo

4 Giai đoạn: Norm, Form, Storm, Perform,

# Xử lý các vấn đề trong nhóm

Mâu thuẫn vì communication

Nhận diện tính cách

Nghệ thuật lãnh đạo

Cách xử lý trong từng giai đoạn

# Cách viết đơn xin việc

Xem mẫu

Sử dụng kỹ năng trình bày

# Trả lời phỏng vấn

Sử dụng kỹ năng trình bày

Thực tập



# Đào tạo & Phát triển

Soft Skills

Professional Skills

Competencies

English

# Cấp bậc của Công ty Đa Quốc Gia

Job Description

Job Level

Kế hoạch phát triển nghề nghiệp

# Thiết kế lương

Lương căn bản

Phúc lợi

Phụ cấp

Thưởng theo thành tích

# Quan hệ nhân viên

Employee Handbook

Operation Manual

Intranet

Signboard

Events

# Certificate of Business Management Part III

# **Bạn sẽ học được ...**

1. PR chuyên sâu
2. Cách làm tác phẩm quảng cáo
3. Tổ chức chương trình khuyến mãi
4. Nâng cao kỹ năng giao tiếp

## PR là .....

1. Dùng một bên thứ 3 để chuyển tải thông điệp của marketing
2. Tuy chậm, nhưng đáng tin hơn
3. Ví dụ

# 6 vai trò của PR

1. Tạo awareness
2. Tạo credibility
3. Tạo Image
4. ...



# Cách làm PR

1. Viết Brief
2. Sáng tạo và chọn ý tưởng
3. Tổ chức thực hiện
4. Đánh giá

# TỔ chức sự kiện

1. Viết bản đề nghị
2. Trình bày
3. Tổ chức thực hiện
4. Đánh giá

# Viết bài

1. Xác định mục tiêu
  - Lợi ích cho người đọc
1. Cấu trúc bài viết
2. Duyệt lỗi

# Press Release

Mục đích: Để Ban Biên tập viết bài

Cấu trúc: Xem bài mẫu

# Các kỹ thuật Advertising

Cấu trúc của một Print Ad, Poster

Cách viết Headline

Cách viết thân bài

Đưa động lực vào bài viết

Để tạo ra tỷ lệ trả lời cao hơn

# Các kỹ thuật Advertising

Kết nối ý tưởng

Đặc điểm

Hình dáng

Âm thanh

# Giao tiếp

Viết thư chào hàng

Viết thư xin lỗi

Viết thư mời

Làm bài present

# Certificate of Business Management Part IV



# **Bạn sẽ học được .....**

Quản trị tài chính căn bản

Quản trị dự án

Tổ chức bộ máy làm việc

Quản trị Cung Ứng

# KẾ toán đại cương

Nguyên tắc nợ có

Hệ thống tài khoản

Định khoản 1 số hoạt động tiêu biểu

Các loại chứng từ

Quy trình ghi chép kế toán

# Quản trị tài chính

Phân tích tính hiệu quả trong đồng vốn

Các định nghĩa

Bảng tính

Phân tích các chỉ số

# Quản trị dự án

3 yếu tố quan trọng: Cost, Quality, Time

Sử dụng phần mềm Microsoft project

Nguyên tắc ra quyết định

# TỔ chức bộ máy năng động

Quy trình tổ chức

Các dạng nhóm

Các sơ đồ tổ chức

# Quản trị Chuỗi Cung Ứng

Các yếu tố trong sản xuất – phân phối

Quản lý thu mua

Quản lý kho và hàng tồn kho

Quản lý Sản xuất: Năng suất lao động

Giá thành kế hoạch vs thực tế

# Demand Planning

Lên kế hoạch sản xuất

Sales Forecast

Purchase order

Production order

Maintenance plan

# Hệ thống phân phối

Kênh phân phối: Trực tiếp vs Gián tiếp

Nhiều cấp

Định giá chiết khấu

Hợp đồng phân phối



# Logistic

Delivery plan

Lead time

Case fill rate

Order fill rate

# Kết thúc