KẾ HOẠCH TRIỂN KHAI HOẠT ĐỘNG DỊCH VỤ

HYUNDAI txx xixx

ĐỊA CHỈ: 21 ĐƯỜNG xx/x KP 4, PHƯỜNG 3, TP. txx xixx

txx xixx – 2019

MỤC LỤC

A.HYUNDAI txx xixx

B.HOẠT ĐỘNG BÁN HÀNG

1.Đánh giá trị trường 2018

2.Dự báo thị trường 2019

3.Thực trạng hoạt động bán hàng tại đại lý

4.Các điểm yếu còn tồn đọng

5.Mục tiêu và các giải pháp thực thi

C.HOẠT ĐỘNG DỊCH VỤ

1.Thực trạng hoạt động dịch vụ tại đại lý

2.Mục tiêu và giải pháp thực thi

D.TỔ CHỨC NHÂN SỰ

1.Cơ cấu tổ chức

2.Số lượng nhân sự

3.Đánh giá hiệu quả hoạt động nhân sự

4.Định hướng hoạt động nhân sự

5.Chính sách nhân sự

E.KẾ HOẠCH LỢI NHUẬN

KHV Investment & Consulting

A. HYUNDAI txx xixx

•Đại lý Hyundai txx xixx là đại lý 3S lớn nhất khu vực, thuộc ủy quyền của Hyundai Thành Công, được thành lập với chức năng chuyên kinh doanh buôn bán, phân phối, bảo hành và bảo dưỡng các mặt hàng xe ô tô thương mại, thương hiệu HYUNDAI.
•Vị trí: 21 Đường xx/x, KP4, Phường 3, TP.txx xixx
•Tổng diện tích: 4.200 m2
•Thời gian bắt đầu hoạt động thi công xây dựng từ tháng 7/2018
•Dự kiến sẽ hoàn thành công tác thi công và đi vào khai trương chính thức từ tháng 1/2019
•Tuy mới chỉ đi vào hoạt động 5 tháng và công tác thi công còn đang dang dở nhưng Hyundai txx xixx cũng đã đạt được nhiều kết quả tích cực trong việc tổ chức hoạt động như:

- ▪Hoàn thành xây dựng bộ khung về nhân sự từ lãnh đạo đến nhân viên.
- ▪Hoạt động kinh doanh bước đầu đã đạt được một số kết quả. Doanh số bán hàng trong 5 tháng năm 2018 đạt được 111 chiếc.
- ▪Hoàn thiện công tác tổ chức dịch vụ, tổ chức bán hàng, tổ chức quản lý…

KHV Investment & Consulting

B. HOẠT ĐỘNG BÁN HÀNG

1. Đánh giá thị trường năm 2018:

- Lượng xe đăng ký mới của tỉnh txx xixx tính đến tháng 11 năm 2018 là 2.156 xe tăng 18% so với cùng kỳ năm 2017.
- Tình hình kinh tế của Tỉnh txx xixx được duy trì ở mức ổn định, lãi suất cho vay mua ô tô tốt, các đối tác Ngân hàng và Bảo hiểm đang mở rộng đầu tư các Chi nhánh tại Tỉnh: NH Tiên Phong, NH MB, Bảo hiểm PTI,..
- Các hãng xe: Toyota, Ford, Honda, Kia, Mazda,... liên tục tổ chức các sự kiện qua các tháng tại hầu hết các huyện.
- Lượng xe Hyundai bán ra trên địa bàn tỉnh txx xixx chỉ chiếm chưa đến 8% thị phần ĐKM của toàn tỉnh, đây là con số rất khiêm tốn so với tiềm năng phát triển của xe Hyundai tại tỉnh txx xixx.

THƯƠNG HIỆU	Năm 2017		6 tháng đầu năm		T7		T8		T9		9 tháng đầu năm 2018		Mục tiêu TP Năm 2019	
	DL	TP	DL	TP	DL	TP	DL	TP	DL	TP	DL	TP	DL	TP
TOYOTA	857	46.80%	502	47.50%	92	45.70%	96	45.50%	94	43.72%	784	45.69%	723	29.16%
MAZDA	230	12.60%	167	15.80%	23	13.80%	20	9.48%	31	14.42%	241	14.04%	210	8.47%
HONDA	51	2.80%	50	4.70%	7	3.60%	11	5.21%	7	3.26%	75	4.37%	100	4.03%
MITSUBISHI	26	1.40%	10	0.90%	1	1.40%	1	0.47%	2	0.93%	14	0.82%	31	1.25%
NISSAN	7	0.40%	6	0.60%	3	0.70%	2	0.95%	1	0.47%	12	0.70%	100	4.03%
KIA	190	10.40%	138	13.10%	31	21.00%	36	17.06%	19	8.84%	224	13.05%	183	7.38%
HYUNDAI	114	6.20%	69	6.50%	15	2.90%	25	11.85%	23	10.70%	132	7.69%	861	34.73%
FORD	152	8.30%	67	6.30%	8	5.80%	4	1.90%	21	9.77%	100	5.83%	110	4.44%
GM	196	10.70%	46	4.40%	9	4.30%	11	5.21%	9	4.19%	75	4.37%	63	2.54%
Khác	7	0.40%	2	0.20%		0.70%		0.00%	2	0.93%	3	0.17%	98	3.95%
TỔNG	1830	100%	1057	100%	196	100%	211	100%	215	100%	1716	100%	2479	100%

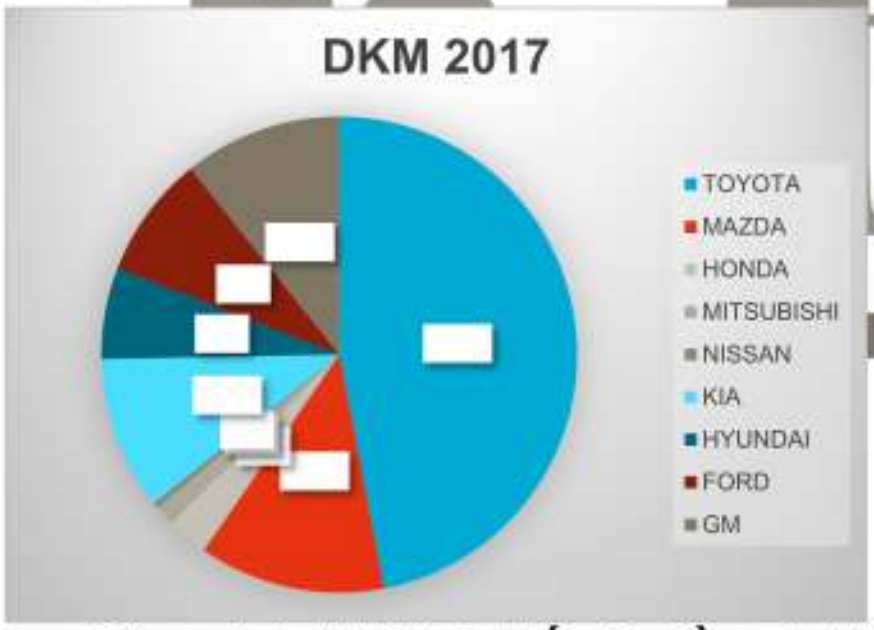
B. HOẠT ĐỘNG BÁN HÀNG

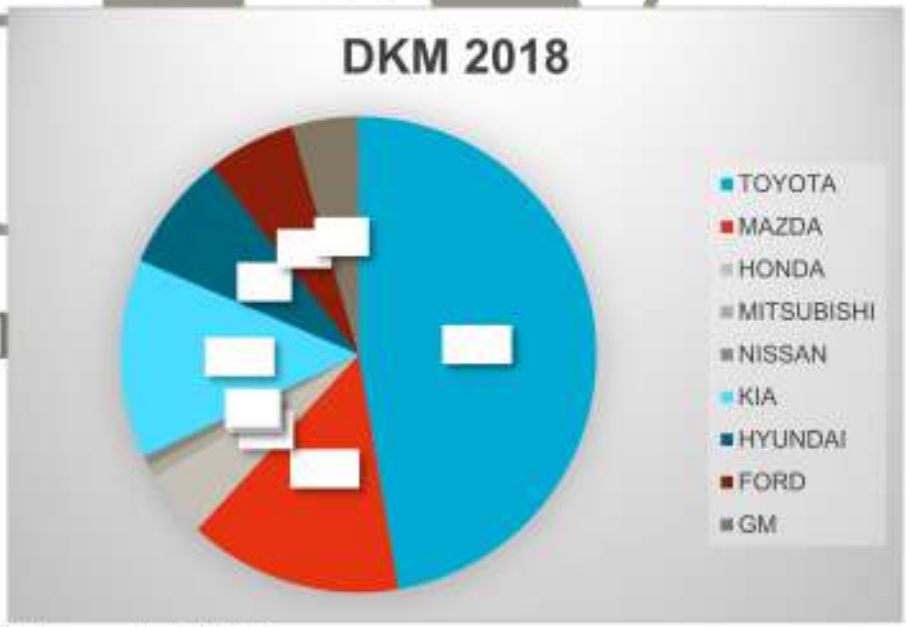
1. Đánh giá thị trường năm 2018:

Đánh giá thị phần năm 2018:

Tính đến hết thời điểm tháng 11 năm 2018

- Lượng đăng ký mới năm 2018 là 2.156 xe tăng 18% so với cùng kỳ năm 2017.
- Hyundai đăng ký mới 246 xe chiếm 7.69% thị phần tăng 1.49% so với cùng kỳ năm 2017
- Kia đăng ký mới là 295 xe chiếm là 13.05% thị phần tăng 2% so với cùng kỳ năm 2017
- Chovrolet đăng ký mới là 75 xe chiếm 4.37% thị phần giảm 6% so với cùng kỳ năm 2017
- Ford đăng ký mới là 100 xe chiếm 5.83% giảm 2.47% so với cùng kỳ năm 2017
- Mazda đăng ký mới là 241 xe chiếm 14.4% tăng 1.44% so với cùng kỳ năm 2017
- Honda đăng ký mới là 75 xe chiếm là 4.37% tăng 1.57% so với cùng kỳ năm 2017
- Toyota đăng ký mới là 784 xe chiếm 45.69% giảm 1.11% so với cùng kỳ năm 2017





B. HOẠT ĐỘNG BÁN HÀNG

2. Dự báo thị trường 2019:

- Lượng xe ĐKM trên địa bàn tỉnh txx xixx năm 2019 dự báo tăng 15% so với cùng kỳ năm 2018
- Trong quí I và quý II nhiều mẫu xe được ra mắt tại thị trường Việt Nam
- Các hãng xe tiếp tục gia tăng tần suất các sự kiện và đẩy mạnh việc truyền thông về các sản phẩm mới kết hợp các chương trình khuyến mãi lớn để thu hút sự quan tâm của khách hàng.
- Kia và Mazda liên kết Trung tâm đăng kiểm mở SR 1S tại TP. txx xixx.
- Honda Xxxt Xixx chuẩn bị mở đại lý 5S tại txx xixx
- Tỉ lệ KH mua xe trả góp 80- 85%, nguồn cung tín dụng tốt và lãi suất có xu hướng giảm nhẹ vào đầu năm 2019.

KHV Investment & Consulting

B. HOẠT ĐỘNG BÁN HÀNG

Phân tích SWOT đại lý

ĐIỂM MẠNH	ĐIỂM YẾU
Hyundai là thương hiệu xe oto nổi tiếng toàn cầu. Thị p hần tại Việt Nam dao động trong khoảng 20% tùy thời đ iểm. Showroom Hyundai txx xixx có vị trí đẹp, trung tâm TP.t xx xixx, mặt tiền đường lớn, diện tích lớn 4200m2. Được chuyển giao công nghệ, kinh nghiệm từ Hyundai Thành Công. Hyundai Grand I10 đang là dòng xe thống trị thị trường Việt Nam với 12.781 xe bán ra trong năm 2018.	Đại lý mới khai trương, khách hàng chưa biết đến nhiề u. Nhân viên có kinh nghiệm chiếm tỷ trọng thấp chỉ đạt k hoảng 30-40% tùy bộ phận nên khả năng triển khai thà nh công các kế hoạch, chỉ tiêu còn thấp. Cần đào tạo th em nhiều.
CƠ HỘI	**THÁCH THỨC**
Kinh tế tỉnh txx xixx gần đây phát triển nhanh dẫn đến s ự gia tang mạnh nhu cầu mua sắm xe oto cho nhu cầu cá nhân và công việc. Xu hướng này sẽ tiếp tục kéo dài trong nhiều năm tới. Chính phủ đẩy mạnh phát triển dòng xe lắp ráp sản xuấ t trong nước làm thu hẹp thị phần của nhiều hang xe ng oại nhập.	Trên địa bàn tỉnh txx xixx đã có nhiều đại lý thuộc các h ãng xe đối thủ đang hoạt động. Đối thủ hoạt động trước đã hoàn thiện hệ thống vận hà nh, đã có chỗ đứng trên thị trường nên việc tham gia thị trường sẽ không dễ dàng. Thị trường phát triển sẽ kéo theo nhiều đối thủ mới xuấ t hiện.

B. HOẠT ĐỘNG BÁN HÀNG

3. Thực trạng hoạt động Bán Hàng tại Đại Lý

Bắt đầu từ khi đi vào hoạt động tháng 07/2018 HuynDai txx xixx đã bán được tổng cộng 111 xe các loại trong đó chủ yếu là dòng xe Grand i10, Accent, Elantra và Kona…

Mã Model	Tên Model	Năm 2017	Kế hoạch bán lẻ (không bao gồm bán lô)												Năm 2018
			T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	T9	T10	T11	T12	
BA-CKD	Grand i10 CKD								8	7	2	8	3		28
RB/RB-CKD	Accent								5	5	13	14	11		48
AD-CDK	Elantra CKD								1	2	3	7	2		15
TL-CKD	Tucson CKD										1		1		2
DM-CKD	Santafe CKD											1			1
TQ	Starex														0
OS-CKD	Kona CKD										5	5			10
HR-CKD	Porter										1	1			2
H350	Solari									2		3			5
	Khác														0
Tổng bán lẻ			**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**14**	**16**	**25**	**39**	**17**	**0**	**111**

B. HOẠT ĐỘNG BÁN HÀNG

4. Các điểm yếu còn tồn đọng

- Hiệu quả kinh doanh còn thấp, chưa đạt được chỉ tiêu đề ra do đại lý đang xây dựng, chưa hoàn thành, công tác tổ chức chưa hoàn thiện.
- Thị phần tăng trưởng chưa cao chỉ đạt 7.69% thị phần, 4 huyện có TP thấp nhất: Xxx Xxx, Xxxx Xxxxx, Xxx Xixx, Xxxxx Mixx Xxxx.
- Công cụ Marketing chủ yếu là qua kênh Online.
- Nhận diện thương hiệu của Đại Lý chưa sâu, do chưa hoàn thành xây dựng.
- Các kênh marketing trực tiếp còn rời rạc, chưa có sự tập trung và thu hút KH.
- Chưa có đủ công cụ dụng cụ để đào tạo chuyên sâu về thị trường.
- Nhân sự thiếu, tuyển dụng khó, kiến thức về sản phẩm đối thủ và kỹ năng TVBH chưa đều.
- Nhân sự chỉ khai thác các thị trường trọng điểm => cần đẩy mạnh Marketing trực tiếp đến các khu vực ở xa (Xxx Xxxx, Xxx Xixx, Xxxxx Xxxx, Xxx Xxx, Xxxx Xxxxx, DMC).
- Giá bán giữa các đại lý chưa thống nhất nên gây hoang mang người tiêu dùng.

KHV Investment & Consulting

B. HOẠT ĐỘNG BÁN HÀNG

5. Mục tiêu và giải pháp thực thi

Mục tiêu doanh số: mục tiêu ĐKM của Hyundai txx xixx đặt ra là 810 chiếc trong năm 2019

Mục tiêu thị phần: với 810 chiếc xe bán ra trong năm 2019 thì dự kiến Hyundai txx xixx sẽ đạt được 32,59% thị phần toàn tỉnh txx xixx.

Mã Model	Tên Model	Năm 2018	Kế hoạch bán lẻ (không bao gồm bán lô)												Năm 2019	Tỷ lệ
			T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	T9	T10	T11	T12		
BA-CKD	Grand i10 CKD		13	9	14	19	21	25	26	15	29	32	32	34	269	35%
RB/RB-CKD	Accent		10	7	10	14	15	17	18	12	21	22	22	25	193	25%
AD-CDK	Elantra CKD		4	4	4	4	6	8	8	7	8	7	10	8	78	10%
TL-CKD	Tucson CKD		3	2	3	3	4	5	5	4	5	7	6	6	53	7%
DM-CKD	Santafe CKD		5	4	4	4	8	8	10	6	14	12	12	14	101	13%
OS-CKD	Kona CKD		2	1	2	2	2	4	4	2	4	2	4	4	33	4%
HR-CKD	Porter		1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12	2%
H350	Solari		2	1	2	2	2	1	2	2	2	1	2	2	21	3%
	Khác		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0%
Tổng bán lẻ			40	29	40	49	59	69	74	49	84	84	89	94	760	100%

B. HOẠT ĐỘNG BÁN HÀNG

5. Mục tiêu và giải pháp thực thi

5.1 Định hướng kinh doanh

•Gia tăng doanh số trong năm 2019 các dòng xe i10, Accent và Elantra. Tập trung tăng trưởng mạnh Kona, Tucson và Santafe

•Sử dụng hình ảnh các sản phẩm có giá trị cao:Kona, Tucson, Santafe,.. làm hình ảnh quảng bá thương hiệu Hyundai.

•Triển khai mạnh các kênh marketing online: Trang web Hyundai, baotayninh.vn; chotayninh.vn; tayninh24h.vn; Google Adwords, .. tăng sự nhận diện cho thương hiệu Hyundai.

•Tổ chức định kỳ theo tháng các chương trình test drive/ mini test drive cho từng cụm KH theo đặc thù ngành nghề.

•Truyền bá thông tin về Santafe 2019.

•Khai thác KH tại trung tâm của các huyện và TPTN -> chú trọng khai đối tượng KH là chủ các doanh nghiệp, chủ các cửa hàng kinh doanh, các Cty Hàn Quốc trong KCN, CQBN, chủ các đồn điền: cao su, mì, mía,.. theo vụ mùa.

•Chăm sóc những KH VIP có ngày SN trong tháng và chăm sóc KH vào các ngày lễ lớn trong năm.

•Đặt standee, kệ báo giá tại các quán cafe lớn và ngân hàng nhằm tăng sự nhận diện thương hiệu

•Xây dựng, tổ chức các chương trình đào tạo về chuyên môn và quản trị cho nhân sự TVBH tại Công Ty. Thực hiện công tác đánh giá sau đào tạo.

KHV Investment & Consulting

B. HOẠT ĐỘNG BÁN HÀNG

5. Mục tiêu và giải pháp thực thi
5.2 Giải pháp đạt chỉ tiêu doanh số đề ra

•Mục tiêu doanh số trong năm 2019 là 810 chiếc

•Chỉ tiêu bán hàng là 4 xe/NVBH

•Để đạt được chỉ tiêu đề ra thì phòng kinh doanh của HyunDai txx xixx cần phải có tổng cộng 23 nhân sự

•Hiện tại phòng kinh doanh đã có 12 nhân sự như vậy cần phải tuyển thêm 10 nhân sự mới cho phòng kinh doanh. Trong đó cần nâng cấp 2 nhân viên kinh doanh hiện nay lên làm trưởng nhóm bán hàng và tuyển mới 10 nhân viên kinh doanh.

Nhân sự	TP/PP	TNBH	TVBH/TSV BH
Hiện hữu	1		12
Định biên 2019	1	2	20
Nâng cấp		2	
Tuyển mới			10

KHV Investment & Consulting

B. HOẠT ĐỘNG BÁN HÀNG

5. Mục tiêu và giải pháp thực thi

5.2 Giải pháp đạt chỉ tiêu doanh số đề ra

•Để đạt được mục tiêu doanh số đề ra thì ngoài việc bổ sung nhân sự cho phòng kinh doanh, hoạt động đào tạo nâng cao năng lực chuyên môn của đội ngũ nhân viên kinh doanh cũng rất cần được chú trọng. Phòng kinh doanh tổ chức đào tạo nội bộ định kỳ hàng tuần.

•Thực hiện các chế độ chính sách kịp thời. Tạo động lực cho nhân sự làm việc, chính sách lương đảm bảo đời sống cho nhân viên

- •Quản lý, phân tích diễn biến thị trường, đối thủ cạnh tranh, xây dựng chỉ tiêu bán hàng phù hợp với mục tiêu thị phần, nhu cầu khách hàng tại thị trường quản lý
- •Quản lý, thực hiện theo tiêu chuẩn hoạt động trưng bày xe, phòng làm việc.
- •Hỗ trợ nhóm bán hàng giải quyết vướng mắc, khiếu nại phát sinh trong quá trình bán xe.
- •Quản trị nguồn cơ sở dữ liệu thông tin khách hàng.
- •Kiểm soát, thực hiện các chương trình Marketing, sự kiện theo đúng chuẩn thương hiệu
- •Xây dựng, duy trì các mối quan hệ của Showroom với các đối tác Ngân hàng, Bảo hiểm, sở ban ngành, Cơ quan chính quyền đăng ký, đăng kiểm xe tại thị trường quản lý để thuận lợi trong hoạt đông kinh doanh.
- •Giao chỉ tiêu công việc cho từng nhóm làm cơ sở đánh giá hiệu quả công việc của nhân sự
- •Định biên nhân sự, tham gia tuyển dụng và đào tạo, phát triển nhân sự.
- •Nâng cao chất lượng hoạt động, hài lòng KH, cơ sở vật chất phục vụ KH

KHV Investment & Consulting

B. HOẠT ĐỘNG BÁN HÀNG

5. Mục tiêu và giải pháp thực thi

5.3 Giải pháp đảm bảo thị phần

- Doanh số 760 xe, thị phần 32,59 %, Tập trung gia tăng doanh số dòng Hyundai I10, Elantra, Accent, Kona, và khai thác các lô xe i10 (<5 xe) trung chuyển và dịch vụ. Giới thiệu sản phẩm mới, khai thác bán hàng xe Santa Fe (T12).
- Tăng cường quảng cáo trực tuyến cho i10, Accent, Elantra, Kona, Tucson, Santa Fe và các dòng xe thương mại để nâng cao mức độ nhận diện sản phẩm đến khách hàng.
- Tổ chức các chương trình Test Drive phục vụ khách hàng tận nơi tại các thị trường trọng điểm (Xxx Xxxxx, TP.txx xixx, Xxxxx Xxxx)
- Tổ chức thăm hỏi khách hàng cũ (2016-2017), kết hợp giới thiệu sản phẩm mới (Accent, Kona và Santa Fe) và khai thác khách hàng mới.
- Khai thác KH tại trung tâm của các huyện và TPTN => chú trọng khai thác đối tượng KH là chủ các doanh nghiệp, chủ các cửa hàng kinh doanh, các Cty Hàn Quốc trong KCN, CQBN, chủ các đồn điền: cao su, mì, mía... theo vụ mùa.
- Khách hàng tiềm năng: xuất hiện thêm lượng khách hàng là CB-CNV ở các Cơ Quan Ban Nghành, Các DN Nhà Nước => Tập trung chào giá trực tiếp cho đối tượng khách hàng này
- Kiểm soát chặt chẽ xe tồn kho đặt hàng, bán xe trong ĐH
- Tuyển dụng 11 nhân sự bán hàng trong quý I. Đào tạo lợi thế so sánh sản phẩm đối thủ và kỹ năng bán hàng cho đội ngũ bán hàng Hyundai định kỳ 4 lần/tháng

KHV Investment & Consulting

B. HOẠT ĐỘNG BÁN HÀNG

5. Mục tiêu và giải pháp thực thi

5.4 Phương án thúc đẩy bán hàng đối với tư vấn viên bán hàng

- Mỗi đầu tháng đưa ra chỉ tiêu về doanh số xe, khách hàng khai thác mới, khách hàng tiềm năng, khách hàng lái thử
- Tổ chức cuộc họp nhanh vào mỗi buổi sáng nhằm rà soát khách hàng tiềm năng ngày của mỗi TVBH
- Tổ chức cuộc họp vào mỗi cuối tuần nhằm đánh giá về tình hình thực hiện chỉ số KPI của từng TVBH
- Đưa ra các biểu mẫu báo cáo cho TVBH nhằm kiểm soát các chỉ số KPI của từng TVBH
- Thường xuyên tổ chức các buổi đào tạo về sản phẩm Hyundai và sản phẩm đối thủ và thực hiện công tác đánh giá sau đào tạo
- Thường xuyên đào tạo về kỹ năng chốt deal
- Trang bị cơ sở vật chất, trang thiết bị, công vụ dụng cụ, ..., nhằm phục cụ công tác bán hàng.
- TVBH thực hiện báo cáo kế hoạch làm việc tuần

KHV Investment & Consulting

B. HOẠT ĐỘNG BÁN HÀNG

5. Mục tiêu và giải pháp thực thi

5.5 Tổ chức Marketing

- Sử dụng hình ảnh các sản phẩm có giá trị cao: Hyundai Accent, Kona, Tucson, Santa Fe 2019,.. làm hình ảnh quảng bá thương hiệu Hyundai.
- Triển khai mạnh các kênh marketing online: Trang web Hyundai, xxxxixxx.vn; xxxxxxixxx.vn; xxxx24h.vn; Google Adwords, .. tăng sự nhận diện cho thương hiệu Hyundai.
- Tổ chức định kỳ theo tháng các chương trình test drive/ mini test drive cho từng cụm KH theo đặc thù ngành nghề.
- Truyền bá thông tin về Santa Fe 2019.
- Tổ chức thăm hỏi khách hàng cũ (2016-2017), kết hợp giới thiệu sản phẩm mới (Santa Fe) và khai thác khách hàng mới.
- Chăm sóc những KH VIP có ngày SN trong tháng và chăm sóc KH vào các ngày lễ lớn trong năm.
- Đặt standee, kệ báo giá tại các quán cafe lớn và ngân hàng nhằm gia tăng sự nhận diện thương hiệu
- Đẩy mạnh tương tác với khách hàng qua kênh online đảm bảo tính chuyên nghiệp về hình ảnh và độ tin cậy, đánh giá hiệu quả kênh từng tháng.
- Tăng cường quảng cáo trực tuyến cho i10, Accent, Elantra, Kona, Tucson, Santa Fe và các dòng xe thương mại để nâng cao mức độ nhận diện sản phẩm đến khách hàng.

KHV Investment & Consulting

C. HOẠT ĐỘNG DỊCH VỤ

1. Thực trạng hoạt động Dịch Vụ tại Đại Lý

- Số lượt xe vào xưởng dịch vụ sẽ duy trì ổn định dự kiến khai thác với tỉ lệ xe vào xưởng đạt 70% lượt xe tiềm năng tại thị trường. Số lượt xe mất đi (30%) phân tán vào các gara sửa chữa bên ngoài tại Xxx Xixx, Xxx Xxxx và KV Xxxxx Xxxx, Gò Dầu đa số là các xe ở các khu vực xa, những khách hàng này chỉ vào xưởng khi có nhu cầu sửa chữa lớn.
- Khách hàng mua xe trước đây chưa có đại lý Hyundai đã có thói quen sử dụng dịch vụ tại các garage hoặc bảo dưỡng các hãng đối thủ gần nhà.
- Các xe mới bán sẽ vào xưởng dịch vụ bảo dưỡng định kỳ nhằm đáp ứng đủ chế độ bảo hành xe mới nhưng đa số là bảo dưỡng cấp nhỏ nên doanh thu sẽ chỉ tăng chậm.
- Các xe bảo dưỡng cũ sẽ tiếp tục là nguồn xe đồng sơn mang lại doanh thu lớn hơn các xe mới bán do thời gian sử dụng lâu hơn, sẽ tiếp tục đẩy mạnh doanh thu đồng sơn lên

NỘI DUNG	2017	2018	2019
Xe bán	200	500	760
UIO	200	700	1,460
Lượt xe vào xưởng.			3,400
Tỉ lệ xe vào xưởng			70%

KHV Investment & Consulting

C. HOẠT ĐỘNG DỊCH VỤ

Phân tích Swot Dịch Vụ tại Đại Lý

ĐIỂM MẠNH	ĐIỂM YẾU
• **Thương hiệu mạnh** - Là đại lý ủy quyền 3S của HTC - Thương hiệu xe Hyundai đã khẳng định được chất lượng, thị phần, vị trí nổi trội trên thế giới - Quy mô nhà xưởng, máy móc trang thiết bị đạt tiêu chuẩn, chất lượng cao • **Kinh nghiệm** - Đội ngũ quản lý với thâm niên kinh nghiệm lâu năm trong ngành ô tô - Nhân viên dịch vụ được đào tạo và làm việc tại các đơn vị ô tô có hoạt động đạt chất lượng cao. • **Vị trí thuận lợi** - Đại lý tọa lạc trên trục đường chính và lớn nhất Tp. txx xixx, tuyến đường nhiều xe cộ lưu thông qua lại	• **Đại lý mới thành lập** - Đại lý mới thành lập, thương hiệu chưa được nhận diện sâu và rộng đến khách hàng sử dụng xe Hyundai. - Danh sách khách hàng chưa tích lũy nhiều và chưa lượng khách hàng trung thành. - Lượng khách hàng trước đây đã có thói quen sử dụng dịch vụ tại các hãng khác và garage
CƠ HỘI	**THÁCH THỨC**
• **Thị trường phát triển** - Tại txx xixx: doanh số bán hàng năm 2018 chiếm thị phần 10.2%. Thị trường có xu hướng tăng trưởng vào các năm tới. - HTC đang trên lộ trình xây dựng tiêu chuẩn thương hiệu mới tại các đại lý, do đó thời điểm hiện tại là cơ hội phù hợp nhất để xây dựng và phát triển thương hiệu cũng như gia tăng thị phần tại khu vực txx xixx	• **Cạnh tranh thị trường** - txx xixx tập trung nhiều hãng xe lớn được đầu tư trang thiết bị hiện đại. - Các đại lý khác và garage có cùng đẳng cấp tại khu vực đã có lượng khách hàng ổn định, hoạt động đã lâu năm - Các phụ tùng giá rẻ trôi nổi bên ngoài nhiều

C. HOẠT ĐỘNG DỊCH VỤ

2. Mục tiêu và giải pháp triển khai

•Mục tiêu và tầm nhìn: đến 2021

- •Là một trong những đơn vị đạt chất lượng phục vụ cao nhất trong hệ thống dịch vụ của Hyundai
- •Trở thành điểm lựa chọn dịch vụ hàng đầu của tất cả khách hàng sử dụng xe ô tô.

- Mục tiêu triển khai hoạt động dịch vụ trong năm 2019
  - •Thu hút trên 70% xe Hyundai hoạt động trên địa bàn Tỉnh txx xixx bao gồm cả xe cũ (đã đăng ký trước năm 2019) và xe mới (đăng ký trong năm 2019).
  - •Tính đến hết tháng 11 năm 2018 tổng xe Hyundai đã đăng ký trên địa bàn tỉnh txx xixx tính từ năm 2014 là 703 Chiếc, đây là các dòng xe cũ nhu cầu sửa chữa và bảo dưỡng định kỳ rất cao nên cần phải chủ động chăm sóc bằng các chiến lược như: điện thoại, gửi thư, xây dựng các chương trình khuyến mãi, ưu đãi giảm giá hấp dẫn nhằm thu hút các đối tượng này đem xe đến Đại lý Hyundai txx xixx chăm sóc.

KHV Investment & Consulting

Tổng xe Hyundai ĐKM trên địa bàn tỉnh txx xixx tính từ năm 2014

	2014	2015	2016	2017	2018
Xe ĐKM	119	118	125	119	222
Tổng xe lưu thông	119	237	362	481	703

C. HOẠT ĐỘNG DỊCH VỤ

2. Mục tiêu và giải pháp triển khai

- Chỉ tiêu định mức cơ bản:
  - Bảo dưỡng định kỳ:
    - trung bình từ 3-4 tháng bảo dưỡng 1 lần
    - Trung bình 1 lần bảo dưỡng xe chi phí khoảng 1,2 triệu
  - Sửa chữa chung:
    - trung bình khoảng 6 tháng 1 lần
    - Trung bình 1 lần sửa chữa chi phí khoảng 4,5 triệu
  - Đồng sơn:
    - trung bình khoảng 6 tháng 1 lần
    - Trung bình 1 lần đồng sơn chi phí khoảng 9,5 triệu

Chỉ tiêu định mức có thể thay đổi tùy theo chủ xe và quãng đường chạy ít hay nhiều nên chỉ lấy số liệu trung bình khả thi nhất để tính toán

KHV Investment & Consulting

C. HOẠT ĐỘNG DỊCH VỤ

2. Mục tiêu và giải pháp triển khai

Tổng xe Hyundai lưu thông trên địa bàn tỉnh txx xixx năm 2019 dự kiến

	T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	T9	T10	T11	T12
Xe ĐKM	40	29	40	49	59	69	74	49	84	84	89	94
Tổng xe lưu thông	743	772	812	861	920	989	1063	1112	1196	1280	1369	1463

KHV

Tỷ lệ các loại hình sửa chữa tính trên tổng lượng xe lưu thông (%)

Phân tích chỉ tiêu lượt xe (tỉ lệ)	Năm 2019											
%/Tổng xe lưu thông	T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	T9	T10	T11	T12
% lượt xe BDĐK		25%	25%	25%	25%	25%	25%	25%	25%	25%	25%	25%
% lượt xe SCC		15%	15%	15%	15%	15%	15%	15%	15%	15%	15%	15%
% lượt xe ĐS		15%	15%	15%	15%	15%	15%	15%	15%	15%	15%	15%

C. HOẠT ĐỘNG DỊCH VỤ

2. Mục tiêu và giải pháp triển khai

Mục tiêu lượt xe sửa chữa và doanh thu dịch vụ sửa chữa năm 2019

	T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	T9	T10	T11	T12	Năm 2019
Lượt xe	**-**	**170**	**179**	**237**	**253**	**326**	**351**	**428**	**460**	**493**	**527**	**563**	**3,987**
BDĐK	-	77	81	108	115	148	159	195	209	224	240	256	1,812
SCC	-	46	49	65	69	89	96	117	126	134	144	154	1,087
Đồng sơn	-	46	49	65	69	89	96	117	126	134	144	154	1,087
Doanh thu dịch vụ sửa chữa	**-**	**744**	**785**	**1,040**	**1,113**	**1,434**	**1,542**	**1,880**	**2,022**	**2,164**	**2,315**	**2,474**	**17,513**
DT BDĐK	-	93	97	129	138	178	191	234	251	269	287	307	2,175
DT SCC	-	208	219	291	311	401	431	525	565	605	647	691	4,893
DT Đồng Sơn	-	440	463	613	656	846	909	1,109	1,193	1,277	1,366	1,459	10,330
DT PT bán lẻ	-	3	5	7	9	10	11	12	13	14	15	16	115

C. HOẠT ĐỘNG DỊCH VỤ

2. Mục tiêu và giải pháp triển khai

2.1 Giải pháp đảm bảo chỉ tiêu kinh doanh

•Đối với khách hàng mới, đây là đối tượng khách hàng mà Hyundai txx xixx tiếp cận ngay từ buổi đầu mua xe, cần phải tạo thiện cảm và sự chuyên nghiệp trong phong cách phục vụ để lôi kéo họ sử dụng dịch vụ sửa chữa lâu dài tại Hyundai txx xixx.

•Tăng cường hợp tác giao lưu với các đơn vị bảo hiểm tại địa phương nhằm khai thác tốt lượt xe bảo hiểm đồng sơn.

•Lên lịch và định kỳ nhắc nhở khách hàng khi đến kỳ bảo trì bảo dưỡng.

•Đối với khách hàng mua xe trước năm 2019 cần thu hút bằng các chương trình khuyến mãi, giảm giá định kỳ nhằm thu hút làm cho khách hàng biết đến sự hoạt động của Hyundai txx xixx.

•Tiếp cận và chăm sóc khách hàng bằng nhiều cách thức khác nhau như: email, điện thoại, SMS.

•Tổ chức chương trình quan hệ khách hàng định kỳ ở các sự kiện quan trọng: sinh nhật khách hàng, các dịp lễ tết… để tạo thiện cảm và làm cho khách hàng gợi nhớ đến Hyundai txx xixx khi có nhu cầu về dịch vụ.

•Đội ngũ nhân sự chăm sóc khách hàng ưu tiên những người nhanh nhẹn, tích cực vui vẻ. Tổ chức đào tạo nghiệp vụ và kỹ năng định kỳ.

•Định kỳ hàng tuần, tháng họp nhanh đánh giá tình hình tổ chức dịch vụ và đánh giá các ưu nhược điểm trong công tác tổ chức nhằm khắc phục kịp thời.

•Chăm sóc khách hàng mua xe trong năm 2018 và trước đó để khách hàng biết đến dịch vụ sửa chữa của Hyundai txx xixx trước khi khai trương. Để có lượng khách hàng ổn định sau khai trương.

KHV Investment & Consulting

C. HOẠT ĐỘNG DỊCH VỤ

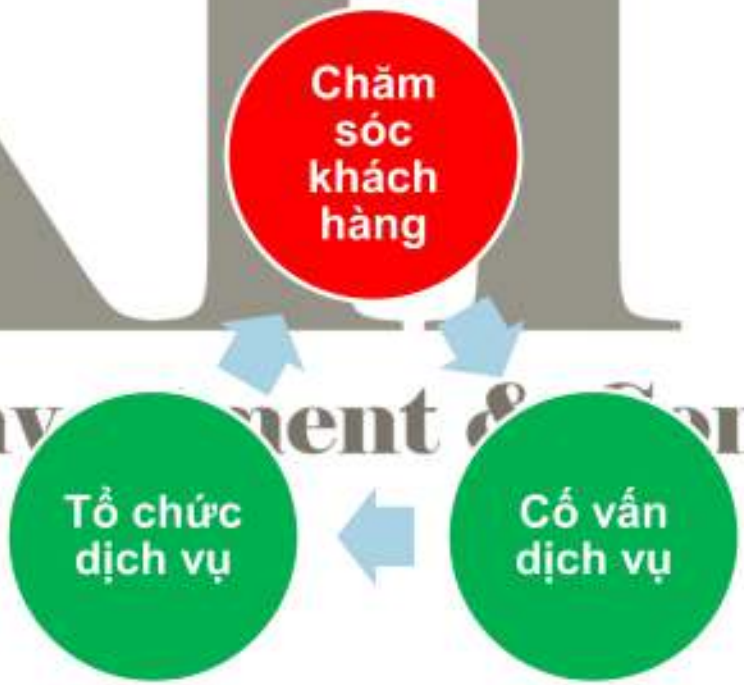
2. Mục tiêu và giải pháp triển khai

2.2 Tổ chức qui trình hệ thống vận hành

•Đội ngũ nhân sự giỏi, có kinh nghiệm, được đào tạo bài bản

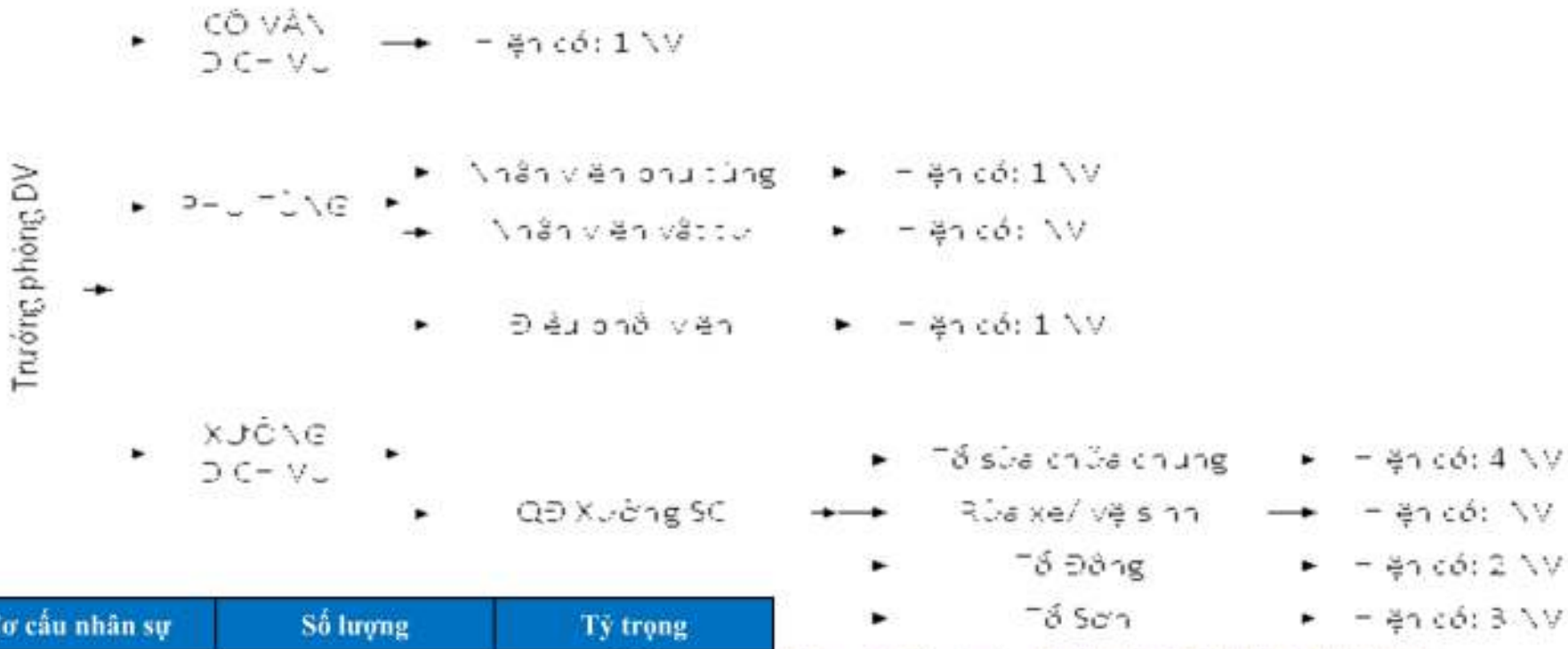
•Tổ chức qui trình vận hành khép kín nhằm lôi kéo và giữ chân khách hàng, đặc biệt là tổ chức dịch vụ và chăm sóc khách hàng.

KHV
Investment & Consulting



C. HOẠT ĐỘNG DỊCH VỤ

Cơ cấu tổ chức phòng dịch vụ



Cơ cấu nhân sự	Số lượng	Tỷ trọng
Quản lý	1	6%
Cố vấn dịch vụ	2	13%
Tổ trưởng	3	19%
KTV SCC	3	19%
KTV Đồng Sơn	7	44%
Tổng số	**16**	

C. HOẠT ĐỘNG DỊCH VỤ

2. Mục tiêu và giải pháp triển khai

2.3 Tổ chức marketing

- Nhân viên chăm sóc khách hàng lên danh sách khách hàng để nhắn tin và gửi mail cho khách hàng.
- Đối với khách hàng mua xe mới tại Hyundai txx xixx thì định kỳ nhắc khách hàng đi bảo dưỡng xe đúng thời gian qui định.
- Đối với khách hàng cũ thì xây dựng các chương trình giảm 5% chi phí sửa chữa, đồng sơn tại Hyundai txx xixx. Nhân viên chăm sóc khách hàng gửi mail và SMS bằng hệ thống tự động cho khách hàng cũ. Khi khách hàng cũ đã đem xe đến Đại Lý sửa chữa thì phải định kỳ 3 tháng/lần nhắn tin và gửi mail cho khách hàng tư vấn cho khách đem xe đến Đại Lý để kiểm tra. Nếu quá 6 tháng mà khách hàng không có phải hồi thì nhân viên chăm sóc khách hàng cần phải trực tiếp điện thoại hỏi thăm khách hàng xem lý do tại sao không đưa xe đi sửa chữa, bảo dưỡng, hỏi xem khách có hài long với chất lượng dịch vụ của Đại Lý không và ghi nhận sự phải hồi của khách hàng để tổng hợp báo cáo cho trưởng phòng.
- In các banner lớn treo trước đại lý về các chương trình khuyến mãi của đại lý và xin phép cơ quan chức năng treo dọc một số cột điện gần Đại Lý để thu hút khách hàng.
- Chạy quảng cáo hướng đối tượng là các khách hàng sở hữu xe Hyundai trên địa bàn tỉnh txx xixx.
- Tổng chi phí Marketing là 30 triệu/tháng dung chung cho cả các chương trình marketing online và marketing offline.

KHV Investment & Consulting

C. HOẠT ĐỘNG DỊCH VỤ

2. Mục tiêu và giải pháp triển khai

2.4 Vấn đề nhân sự và giải pháp

- Nhân sự tuy đầu vào tốt nhưng tỷ lệ nhân sự có kinh nghiệm chỉ chiếm khoảng 30%, cấp bậc trưởng phòng, trưởng nhóm đều có kinh nghiệm tuy nhiên nhân viên phần lớn chưa có kinh nghiệm.
- Cần phải có giải pháp đào tạo cho nhân sự mới.
- Nhân viên có kinh nghiệm sẽ hỗ trợ, kèm cặp, đào tạo nhân viên mới trong quá trình làm việc. Tổ chức đào tạo định kỳ hàng tuần/tháng/ quí.
- Đào tạo tuần bằng hình thức họp nhanh, tổng kết rút kinh nghiệm, hướng dẫn thực tế công việc.
- Hàng quí tổ chức cho nhân viên tham gia các khóa đào tạo kỹ năng bán hàng của Hyndai Thành Công tổ chức.
- Trưởng phòng dịch vụ có nghĩa vụ đánh giá nhân sự dịch vụ về năng lực và thái độ để chủ động trong trương trình đào tạo hoặc sa thải, tuyển mới bổ sung để đảm bảo chất lượng dịch vụ và chỉ tiêu chung của phòng.
- Nhân viên chăm sóc khách hàng của phòng được tham gia các chương trình đào tạo kỹ năng bán hàng, chăm sóc khách hàng.
- Nhân sự quản lý phần lớn kỹ thuật tốt nhưng năng lực quản lý vẫn còn hạn chế, cần phải đào tạo thêm kỹ năng quản lý để nâng cao nghiệp vụ.

KHV Investment & Consulting

D. NHÂN SỰ

1. Cơ cấu tổ chức

D. NHÂN SỰ

2. Số lượng nhân sự

Vị trí	Nhân sự hiện tại	Nhu cầu nhân sự	Tuyển dụng bổ sung
Giám đốc chi nhánh	1	1	
Trưởng phòng kinh doanh	1	1	
Trưởng nhóm kinh doanh	0	2	2
Nhân viên kinh doanh	12	20	8
Sale Admin	1	1	
Nhân viên chăm sóc khách hàng	1	1	
Nhân viên nhân sự	1	1	
Nhân viên marketing	1	1	
Kế toán trưởng	1	1	
Nhân viên kế toán	4	4	
Trưởng phòng dịch vụ	1	1	
Cố vấn dịch vụ	1	1	
KTV sửa chữa chung	2	2	
KTV đồng	4	4	
KTV sơn	6	6	
Bảo vệ	1	1	
Tạp vụ	1	1	
Tổng	**39**	**49**	**10**

KHV Investment & Consulting

D. NHÂN SỰ

3. Đánh giá hiệu quả hoạt động của đội ngũ nhân sự

•Nhân sự phòng kinh doanh

- •Hoạt động chưa hiệu quả do chi nhánh mới mở, nhân viên mới tuyển dụng nên cần nhiều thời gian đào tạo và tích lũy kinh nghiệm.
- •Nhân sự phòng kinh doanh vẫn còn thiếu 10 người để đạt được chỉ tiêu kinh doanh 760 chiếc năm 2019 mà chi nhánh đề ra nên cần phải tuyển dụng thêm.
- •Nếu tuyển dụng thêm 10 nhân viên phòng kinh doanh thì phòng sẽ có tổng cộng 22 nhân viên vì thế sẽ dẫn đến quá tải công việc của trưởng phòng kinh doanh nên phòng kinh doanh cần chia ra làm 2 nhóm và bố trí 2 trưởng nhóm kinh doanh để phụ trách quản lý các nhóm. Trưởng nhóm kinh doanh sẽ lựa chọn từ nhân sự phòng kinh doanh hiện hữu để đào tạo lên.
- •Ngoài việc tăng số lượng thì nhân viên phòng kinh doanh cũng cần phải được đào tạo them thông qua các hoạt động đào tạo định kỳ để nâng cao kỹ năng công việc.

•Nhân sự phòng dịch vụ

- •Nhân sự phòng dịch vụ hiện nay đã đủ để đáp ứng nhu cầu công việc nên sẽ giữ nguyên không điều chỉnh bổ sung.

•Các bộ phận khác

- •Đủ nhân sự vận hành sẽ giữ nguyên cơ cấu như năm 2018 không điều chỉnh.

KHV Investment & Consulting

D. NHÂN SỰ

4. Định hướng hoạt động nhân sự

•Trong năm 2019 hoạt động nhân sự chủ yếu xoay quanh 2 nhiệm vụ chính, đủ số lượng và tăng chất lượng.

•Tuyển dụng và đào tạo bổ sung nhân sự cho phòng kinh doanh.

•Trong quá trình vận hành trong năm 2019 sẽ đánh giá toàn diện năng lực đội ngũ nhân sự để có sự điều chỉnh, thêm bớt cho hợp lý.

•Tổ chức các chương trình đào tạo định kỳ

- •Đào tạo nhân sự về sản phẩm của mình và đối thủ
- •Đào tạo về kỹ năng thuyết phục khách hàng mua phụ kiện
- •Đào tạo về quy trình DRP+ và quy trình bán hàng
- •Đào tạo nhân sự về kỹ năng thuyết phục khách hàng, tác phong chuẩn mực
- •Đào tạo nhân sự kỹ năng khai thác khách hàng tiềm năng

KHV Investment & Consulting

D. NHÂN SỰ

5. Chính sách nhân sự

•Công ty chú trọng xây dựng đội ngũ nhân sự có thái độ làm việc tích cực, tuân thủ kỷ luật, có ý thức làm việc tập thể, luôn nỗ lực và tận tâm để tạo ra giá trị cống hiến cao nhất trong công việc. Xây dựng và phát triển nguồn nhân lực đáp ứng yêu cầu hoạt động kinh doanh, theo đặc thù ngành nghề và chiến lược của công ty, liên tục nâng cấp nhân sự theo xu thế và yêu cầu phát triển mới.

•Công ty tạo môi trường làm việc thân thiện và hợp tác để mỗi cá nhân phát huy tốt nhất năng lực của mình, phát huy trí tuệ tập thể, định hướng nhân sự, phát triển nghề nghiệp dài hạn và gắn bó với công ty.

•Các đơn vị trong hệ thống tích cực thay đổi cơ chế quản lý thúc đẩy nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh và xây dựng tinh thần đoàn kết gắn bó trong đội ngũ nhân viên, tạo điều kiện cho nhân viên đóng góp giá trị cho sự nghiệp phát triển của đơn vị.

•Công ty khuyến khích tất cả CBNV thi đua sáng kiến cải tiến, từng nhân sự đổi mới phát triển liên tục theo chiều hướng tốt hơn, nâng cao năng lực chuyên môn nghề nghiệp, khả năng quaản trị và năng lực lãnh đạo, đáp ứng yêu cầu công việc hiện tại và nâng tầm theo yêu cầu phát triển của công ty.

•Mỗi nhân viên phải tự giác phấn đấu rèn luyện, không ngừng hoàn thiện bản thân, chia sẻ giúp đỡ đồng nghiệp cùng phát triển, phát huy ai trò cá nhân đồng thời tôn trọng và gắn kết với định hướng phát triển của tập thể, gia tăng giá trị cho công ty, khách hàng, đối tác và cộng đồng xã hội.

KHV Investment & Consulting

E. KẾ HOẠCH LỢI NHUẬN

Doanh số bán hàng năm 2019
(ĐVT: Chiếc)

		T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	T9	T10	T11	T12	Năm 2019
BA-CKD	Grand i10 CKD	13	9	14	19	21	25	26	15	29	32	32	34	269
RB/RB-CKD	Accent	10	7	10	14	15	17	18	12	21	22	22	25	193
AD-CDK	Elantra CKD	4	4	4	4	6	8	8	7	8	7	10	8	78
TL-CKD	Tucson CKD	3	2	3	3	4	5	5	4	5	7	6	6	53
DM-CKD	Santafe CKD	5	4	4	4	8	8	10	6	14	12	12	14	101
OS-CKD	Kona CKD	2	1	2	2	2	4	4	2	4	2	4	4	33
HR-CKD	Porter	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12
H350	Solari	2	1	2	2	2	1	2	2	2	1	2	2	21
	Khác	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Tổng bán lẻ		40	29	40	49	59	69	74	49	84	84	89	94	760

E. KẾ HOẠCH LỢI NHUẬN

Đơn giá bán xe trung bình của các dòng xe
(ĐVT: Nghìn đồng)

Mã Model	Tên Model	Giá bán	Giá vốn
BA-CKD	Grand i10 CKD	380,000	350,000
RB/RB-CKD	Accent	501,000	467,000
AD-CDK	Elantra CKD	624,000	570,000
TL-CKD	Tucson CKD	920,000	822,000
DM-CKD	Santafe CKD	1,221,000	1,051,000
OS-CKD	Kona CKD	650,000	605,000
HR-CKD	Porter	436,000	405,000
H350	Solari	1,040,000	1,020,000
	Khác	-	-

E. KẾ HOẠCH LỢI NHUẬN

Doanh thu từng dòng xe dự kiến (6 tháng đầu năm 2019)
(ĐVT: Nghìn đồng)

Mã Model	Tên Model	T1	T2	T3	T4	T5	T6
BA-CKD	Grand i10 CKD	4,940,000	3,420,000	5,320,000	7,220,000	7,980,000	9,500,000
RB/RB-CKD	Accent	5,010,000	3,507,000	5,010,000	7,014,000	7,515,000	8,517,000
AD-CDK	Elantra CKD	2,496,000	2,496,000	2,496,000	2,496,000	3,744,000	4,992,000
TL-CKD	Tucson CKD	2,760,000	1,840,000	2,760,000	2,760,000	3,680,000	4,600,000
DM-CKD	Santafe CKD	6,105,000	4,884,000	4,884,000	4,884,000	9,768,000	9,768,000
OS-CKD	Kona CKD	1,300,000	650,000	1,300,000	1,300,000	1,300,000	2,600,000
HR-CKD	Porter	436,000	436,000	436,000	436,000	436,000	436,000
H350	Solari	2,080,000	1,040,000	2,080,000	2,080,000	2,080,000	1,040,000
	Khác	-	-	-	-	-	-
Tổng bán lẻ		25,127,000	18,273,000	24,286,000	28,190,000	36,503,000	41,453,000

E. KẾ HOẠCH LỢI NHUẬN

Doanh thu từng dòng xe dự kiến (6 tháng cuối năm 2019)
(ĐVT: Nghìn đồng)

Mã Model	Tên Model	T7	T8	T9	T10	T11	T12	Năm 2019
BA-CKD	Grand i10 CKD	9,880,000	5,700,000	11,020,000	12,160,000	12,160,000	12,920,000	102,220,000
RB/RB-CKD	Accent	9,018,000	6,012,000	10,521,000	11,022,000	11,022,000	12,525,000	96,693,000
AD-CDK	Elantra CKD	4,992,000	4,368,000	4,992,000	4,368,000	6,240,000	4,992,000	48,672,000
TL-CKD	Tucson CKD	4,600,000	3,680,000	4,600,000	6,440,000	5,520,000	5,520,000	48,760,000
DM-CKD	Santafe CKD	12,210,000	7,326,000	17,094,000	14,652,000	14,652,000	17,094,000	123,321,000
OS-CKD	Kona CKD	2,600,000	1,300,000	2,600,000	1,300,000	2,600,000	2,600,000	21,450,000
HR-CKD	Porter	436,000	436,000	436,000	436,000	436,000	436,000	5,232,000
H350	Solari	2,080,000	2,080,000	2,080,000	1,040,000	2,080,000	2,080,000	21,840,000
	Khác	-	-	-	-	-	-	-
Tổng bán lẻ		45,816,000	30,902,000	53,343,000	51,418,000	54,710,000	58,167,000	468,188,000

E. KẾ HOẠCH LỢI NHUẬN

Tỷ lệ giá vốn hàng bán trung bình: 88.57%
Tỷ suất lợi nhuận gộp: 11.43%

Lợi nhuận gộp từng dòng xe dự kiến (6 tháng đầu năm 2019)
(ĐVT: Nghìn đồng)

Mã Model	Tên Model	T1	T2	T3	T4	T5	T6
BA-CKD	Grand i10 CKD	390,000	270,000	420,000	570,000	630,000	750,000
RB/RB-CKD	Accent	340,000	238,000	340,000	476,000	510,000	578,000
AD-CDK	Elantra CKD	216,000	216,000	216,000	216,000	324,000	432,000
TL-CKD	Tucson CKD	294,000	196,000	294,000	294,000	392,000	490,000
DM-CKD	Santafe CKD	850,000	680,000	680,000	680,000	1,360,000	1,360,000
OS-CKD	Kona CKD	90,000	45,000	90,000	90,000	90,000	180,000
HR-CKD	Porter	31,000	31,000	31,000	31,000	31,000	31,000
H350	Solari	40,000	20,000	40,000	40,000	40,000	20,000
	Khác	-	-	-	-	-	-
Tổng bán lẻ		2,251,000	1,696,000	2,111,000	2,397,000	3,377,000	3,841,000

E. KẾ HOẠCH LỢI NHUẬN

Lợi nhuận gộp từng dòng xe dự kiến (6 tháng cuối năm 2019)
(ĐVT: Nghìn đồng)

Mã Model	Tên Model	T7	T8	T9	T10	T11	T12	Năm 2019
BA-CKD	Grand i10 CKD	780,000	450,000	870,000	960,000	960,000	1,020,000	8,070,000
RB/RB-CKD	Accent	612,000	408,000	714,000	748,000	748,000	850,000	6,562,000
AD-CDK	Elantra CKD	432,000	378,000	432,000	378,000	540,000	432,000	4,212,000
TL-CKD	Tucson CKD	490,000	392,000	490,000	686,000	588,000	588,000	5,194,000
DM-CKD	Santafe CKD	1,700,000	1,020,000	2,380,000	2,040,000	2,040,000	2,380,000	17,170,000
OS-CKD	Kona CKD	180,000	90,000	180,000	90,000	180,000	180,000	1,485,000
HR-CKD	Porter	31,000	31,000	31,000	31,000	31,000	31,000	372,000
H350	Solari	40,000	40,000	40,000	20,000	40,000	40,000	420,000
	Khác	-	-	-	-	-	-	-
Tổng bán lẻ		4,265,000	2,809,000	5,137,000	4,953,000	5,127,000	5,521,000	43,485,000

E. KẾ HOẠCH LỢI NHUẬN

Lợi nhuận gộp dịch vụ sửa chữa(6 tháng đầu năm 2019)
(ĐVT: Nghìn đồng)

	T1	T2	T3	T4	T5	T6
Doanh thu dịch vụ sửa chữa	**-**	**744,120**	**784,520**	**1,040,200**	**1,113,000**	**1,434,160**
DT BDĐK	-	92,640	97,440	129,150	138,000	178,020
DT SCC	-	208,440	219,240	290,588	310,500	400,545
DT Đồng Sơn	-	440,040	462,840	613,463	655,500	845,595
DT PT bán lẻ	-	3,000	5,000	7,000	9,000	10,000
Chi phí vật tư và nhân công (70%)	**-**	**520,884**	**549,164**	**728,140**	**779,100**	**1,003,912**
Lợi nhuận gộp (30%)	**-**	**223,236**	**235,356**	**312,060**	**333,900**	**430,248**

Lợi nhuận gộp dịch vụ sửa chữa(6 tháng cuối năm 2019)
(ĐVT: Nghìn đồng)

	T7	T8	T9	T10	T11	T12	Năm 2019
Doanh thu dịch vụ sửa chữa	**1,541,720**	**1,880,160**	**2,022,280**	**2,164,400**	**2,314,920**	**2,473,840**	**17,513,320**
DT BDĐK	191,340	233,520	251,160	268,800	287,490	307,230	2,174,790
DT SCC	430,515	525,420	565,110	604,800	646,853	691,268	4,893,278
DT Đồng Sơn	908,865	1,109,220	1,193,010	1,276,800	1,365,578	1,459,343	10,330,253
DT PT bán lẻ	11,000	12,000	13,000	14,000	15,000	16,000	115,000
Chi phí vật tư và nhân công (70%)	**1,079,204**	**1,316,112**	**1,415,596**	**1,515,080**	**1,620,444**	**1,731,688**	**12,259,324**
Lợi nhuận gộp (30%)	**462,516**	**564,048**	**606,684**	**649,320**	**694,476**	**742,152**	**5,253,996**

E. KẾ HOẠCH LỢI NHUẬN

Tổng doanh thu và lợi nhuận gộp toàn đại lý (6 tháng đầu năm 2019)
(ĐVT: Triệu đồng)

	T1	T2	T3	T4	T5	T6
Doanh thu bán xe	22,876,000	16,577,000	22,175,000	25,793,000	33,126,000	37,612,000
Doanh thu dịch vụ	-	744,120	784,520	1,040,200	1,113,000	1,434,160
Tổng doanh thu	**22,876,000**	**17,321,120**	**22,959,520**	**26,833,200**	**34,239,000**	**39,046,160**
Lợi nhuận gộp bán xe	2,251,000	1,696,000	2,111,000	2,397,000	3,377,000	3,841,000
Lợi nhuận gộp dịch vụ	-	223,236	235,356	312,060	333,900	430,248
Tổng lợi nhuận gộp	**2,251,000**	**1,919,236**	**2,346,356**	**2,709,060**	**3,710,900**	**4,271,248**

Tổng doanh thu và lợi nhuận gộp toàn đại lý (6 tháng cuối năm 2019)
(ĐVT: Triệu đồng)

	T7	T8	T9	T10	T11	T12	Năm 2019
Doanh thu bán xe	41,551,000	28,093,000	48,206,000	46,465,000	49,583,000	52,646,000	424,703,000
Doanh thu dịch vụ	1,541,720	1,880,160	2,022,280	2,164,400	2,314,920	2,473,840	17,513,320
Tổng doanh thu	**43,092,720**	**29,973,160**	**50,228,280**	**48,629,400**	**51,897,920**	**55,119,840**	**442,216,320**
Lợi nhuận gộp bán xe	4,265,000	2,809,000	5,137,000	4,953,000	5,127,000	5,521,000	43,485,000
Lợi nhuận gộp dịch vụ	462,516	564,048	606,684	649,320	694,476	742,152	5,253,996
Tổng lợi nhuận gộp	**4,727,516**	**3,373,048**	**5,743,684**	**5,602,320**	**5,821,476**	**6,263,152**	**48,738,996**

E. KẾ HOẠCH LỢI NHUẬN

Tổng doanh thu và lợi nhuận gộp toàn đại lý từng quí
(ĐVT: Nghìn đồng)

	Quí I	Quí II	Quí III	Quí IV
Doanh thu bán xe	61,628,000	96,531,000	117,850,000	148,694,000
Doanh thu dịch vụ	1,528,640	3,587,360	5,444,160	6,953,160
Tổng doanh thu	**63,156,640**	**100,118,360**	**123,294,160**	**155,647,160**
Lợi nhuận gộp bán xe	6,058,000	9,615,000	12,211,000	15,601,000
Lợi nhuận gộp dịch vụ	458,592	1,076,208	1,633,248	2,085,948
Tổng lợi nhuận gộp	**6,516,592**	**10,691,208**	**13,844,248**	**17,686,948**

E. KẾ HOẠCH LỢI NHUẬN

Kế hoạch doanh số, doanh thu, lợi nhuận gộp 5 năm (2019-2021)
(ĐVT: Nghìn đồng)

Kế hoạch 5 năm					
	Năm 2019	Năm 2020	Năm 2021	Năm 2022	Năm 2023
Chỉ tiêu bán hàng					
Doanh số bán hàng	760	874	1,049	1,259	1,636
Doanh thu bán hàng	**468,188,000**	**538,416,200**	**646,099,440**	**775,319,328**	**1,007,915,126**
Giá vốn hàng bán	414,674,112	476,875,228	572,250,274	686,700,329	892,710,427
Lợi nhuận gộp	**53,513,888**	**61,540,972**	**73,849,166**	**88,618,999**	**115,204,699**
Chỉ tiêu dịch vụ					
Tổng xe lưu thông	1,463	2,337	3,386	4,644	6,280
Tổng lượt xe sửa chữa	**3,520**	**12,540**	**18,885**	**26,500**	**36,052**
BDĐK	1,936	5,700	8,584	12,045	16,387
SCC	528	3,420	5,151	7,227	9,832
Đồng sơn	1,056	3,420	5,151	7,227	9,832
Tổng doanh thu dịch vụ	**17,513,320**	**54,852,250**	**82,567,020**	**115,824,744**	**157,565,383**
Doanh thu BDĐK	2,174,790	6,840,000	10,301,040	14,454,288	19,664,726
Doanh thu SCC	4,893,278	15,390,000	23,177,340	32,522,148	44,245,634
Doanh thu Đồng Sơn	10,330,253	32,490,000	48,929,940	68,657,868	93,407,450
DT PT bán lẻ	115,000	132,250	158,700	190,440	247,572
Lợi nhuận gộp dịch vụ	**5,253,996**	**16,455,675**	**24,770,106**	**34,747,423**	**47,269,615**
Chỉ tiêu đại lý					
Tổng doanh thu	**485,701,320**	**593,268,450**	**728,666,460**	**891,144,072**	**1,165,480,510**
Tổng lợi nhuận gộp	**58,767,884**	**77,996,647**	**98,619,272**	**123,366,422**	**162,474,314**

E. KẾ HOẠCH LỢI NHUẬN

Kế hoạch doanh số, doanh thu, lợi nhuận gộp 5 năm (2019-2021)

- Mục tiêu tăng trưởng doanh số đến năm 2021:
  - Năm 2020: tăng trưởng 15%
  - Năm 2021 và 2022: tăng trưởng 20%
  - Năm 2023: tăng trưởng 30%
- Các chỉ tiêu tăng trưởng dịch vụ tăng tương ứng với chỉ tiêu tăng trưởng doanh số bán hàng.
- Để đạt được các chỉ tiêu kinh doanh đề ra đòi hỏi toàn thể đại lý phải không ngừng nỗ lực, vượt qua khó khăn, thách thức, bán sát các diễn biến kinh doanh thực tiễn trên thị trường để có các giải pháp đúng đắn kịp thời.
- Luôn giữ vững kim chỉ nam "khách hàng là thượng đế", không ngừng cải thiện năng lực bán hàng, năng lực tổ chức dịch vụ, cải tiến hoạt động chăm sóc khách hàng nhằm đáp ứng ngày càng tốt hơn nhu cầu của khách hàng.
- Lãnh đạo đại lý và phòng ban trực thuộc phải dựa trên chỉ tiêu tăng trưởng hàng năm để xây dựng kế hoạch phù hợp cho phòng ban mình. Cần phải có các giải pháp nhằm đạt được chỉ tiêu ngắn hạn nhưng cũng phải có các giải pháp tăng trưởng dài hạn như: kế hoạch tuyển dụng bổ sung nhân sự, kế hoạch đào tạo nâng cao kiến thức kỹ năng cho nhân sự thuộc phòng ban mình, không ngừng nâng cao ảnh hưởng, khả năng nhận diện thương hiệu.
- Trên hết toàn thể cán bộ nhân viên đại lý phải tập trung toàn lực triển khai thành công kế hoạch 2019 làm tiền đề để tiếp tục phát triển đại lý trong các năm tiếp theo.

KHV Investment & Consulting

XIN CẢM ƠN!