



KẾ HOẠCH BÁN HÀNG NĂM 2019

NỘI DUNG

1. PHÂN TÍCH THỊ TRƯỜNG	1
2. PHÂN TÍCH SWOT	1
3. KẾ HOẠCH TỔ CHỨC	1
4. MỤC TIÊU BÁN HÀNG	1
5. CHỈ TIÊU DOANH THU	1
6. KẾ HOẠCH HÀNH ĐỘNG	1

Nước mắm Xx Xxxx là đặc sản nổi tiếng của vùng Xxx Xxx – Xxxxx Xixx, thế mạnh của Xxx Xxx là có được vùng nguyên liệu thủy hải sản phong phú, ngon vào bậc nhất cả nước. Trong đó, Xx Xxxx là một trong những sản vật vô cùng quý giá bởi nó giàu chất dinh dưỡng, mang vị ngọt đặc trưng, chứa nhiều nguyên tố khoáng, đậm tự nhiên rất có ích cho cơ thể.

Công đoạn chế biến Xx Xxxx khá tỉ mỉ. Đầu tiên, Xx Xxxx Xxx Xxx tươi ngon phải được rửa sạch, sấy khô, sau đó cho vào nước mắm cá đã ngâm được hai tháng để tạo hương vị. Công đoạn làm nước mắm bao đời nay cũng tỉ mỉ không kém. Mỗi sáng, người công nhân phải mở miệng ang chứa cá để đón ánh nắng mặt trời, đánh đều cá để cá ngấu tự nhiên. Và họ cứ làm thế lặp đi lặp lại trong suốt hơn 2 năm. Sản phẩm nước mắm cốt quện với mùi hương Xx Xxxx cực kỳ thơm ngon bổ dưỡng, lại có màu vàng cánh dán rất đẹp mắt.

Sản phẩm nước mắm Xx Xxxx Xxi Xxxxx là sự kết hợp giữa sản phẩm nước mắm Xx Xxxx nổi tiếng truyền thống và công nghệ sản xuất hiện đại, là kết quả của nhiều năm nghiên cứu, thử nghiệm và cải tiến liên tục của các bộ công nhân viên công ty.

Sản phẩm của công ty sẽ được tiêu thụ rộng rãi tại nhiều tỉnh thành trong cả nước như Xxxxx Xixx, Hải Phòng, Hà Nội, Hải Dương, Hưng Yên,... Sản phẩm làm ra đến đâu, đảm bảo hết đến đó, và sẽ tiêu thụ đặc biệt mạnh trong những dịp lễ, tết.

Từ những tiền đề ban đầu có được ban giám đốc công ty đã quyết định xây dựng nhà máy nước mắm Xx Xxxx Xxi Xxxxx với quy mô lớn nhằm tăng năng lực sản xuất mở rộng mạng lưới tiêu thụ.

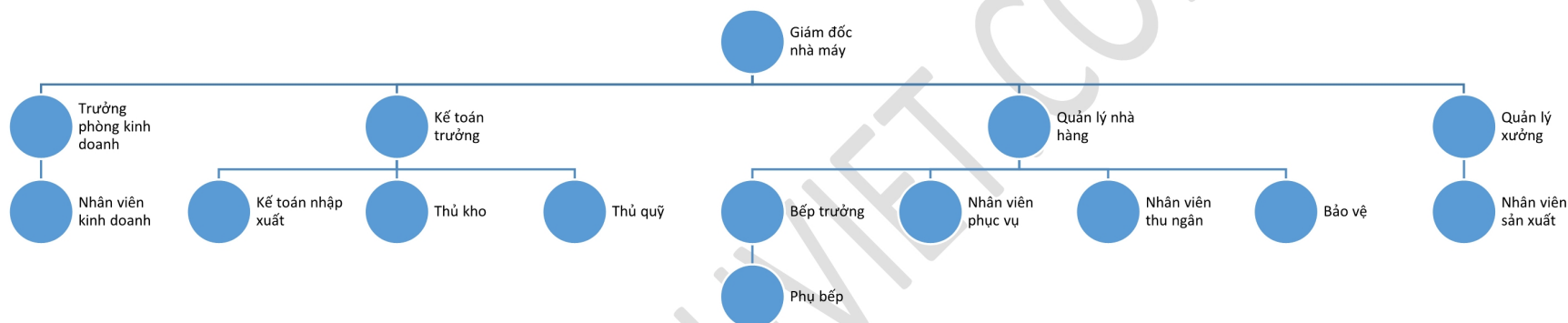
Hiện nay nhà máy đã hoàn thành đi vào sản xuất với dây chuyền công nghệ hiện đại có khả năng sản xuất nước mắm Xx Xxxx Xxi Xxxxx với số lượng lớn nhằm đảm bảo đáp ứng kịp thời nhu cầu tiêu thụ sản phẩm của thị trường.

Mục tiêu hiện nay của công ty là mở rộng sản xuất, đưa sản phẩm nước mắm Xx Xxxx Xxi Xxxxx trở thành thương hiệu nước mắm hàng đầu Việt Nam

2. PHÂN TÍCH SWOT

SWOT Analysis - Phân tích SWOT			
Chúng ta phải khai thác triệt để các cơ hội và chống lại/hạn chế những thách thức			
E x t e r n a l	Opportunities - Cơ hội	Threats - Thách thức	Vấn đề ưu tiên
	- Xxx Xxx là thương cảng có lịch sử lâu đời của Việt Nam, là nơi có nhiều hải sản quý. - Theo quy hoạch Xxx Xxx là một trong những đặc khu kinh tế của Việt Nam, nơi đây sẽ trở thành một trung tâm du lịch sinh thái biển đảo chất lượng cao và dịch vụ cao cấp, đồng thời là Trung tâm hàng không đầu mối giao thương quốc tế thúc đẩy phát triển kinh tế ở Xxx Xxx nói riêng và Xxxxx Xixx nói chung. - Từ khi có chủ trương xây dựng Xxx Xxx trở thành đặc khu kinh tế của Việt Nam đã có rất nhiều dự án được triển khai cũng như đơn xin phép triển khai hứa hẹn sẽ tạo ra bộ mặt mới cho Xxx Xxx Xxxxx Xixx. - Sự phát triển kinh tế của Xxx Xxx trong tương lai và lượng khách du lịch gia tăng sẽ là tiền đề lớn để nước mắm Xx Xxxx Xxi Xxxxx phát triển mở rộng thị phần được nhiều khách hàng biết đến hơn - ...	- Nước mắm Xx Xxxx tuy là sản phẩm có lịch sử lâu đời và rất nổi tiếng nhưng trong bối cảnh kinh tế thị trường hiện nay cạnh tranh rất khốc liệt, nước mắm Xx Xxxx Xxi Xxxxx không những phải cạnh tranh với những sản phẩm nước mắm truyền thống khác mà còn phải cạnh tranh với các loại nước mắm công nghiệp, các gia vị hiện đại khác...	- Tận dụng những cơ hội tình hình thuận lợi của địa phương để phát triển. - Nâng cao năng lực cạnh tranh của sản phẩm để thích nghi và mở rộng thị phần trong bối cảnh kinh tế hiện nay.
I	Chúng ta có thể tác động lên điểm mạnh và điểm yếu của chúng ta		

n t e r n a l	Strengths - Điểm mạnh	Điểm yếu - weaknesses	Biện pháp xử lý
	- Công ty đã thử nghiệm và phát triển thành công sản phẩm nước mắt Xx Xxxx Xxi Xxxxx được sản xuất trên dây chuyền công nghệ hiện đại công suất lớn - Thương hiệu nước mắt Xx Xxxx Xxi Xxxxx đã có mặt trên thị trường, được khách hàng chấp nhận và đánh giá cao, thị trường không ngừng được mở rộng - Công ty đã đầu tư dây chuyền sản xuất nước mắt hiện đại công nghệ bán tự động quy mô lớn đảm bảo có khả năng đáp ứng nhu cầu thị trường. - Công ty đã xây dựng được thị trường cho sản phẩm nhiệm vụ giai đoạn tiếp theo là củng cố và mở rộng thị phần.	- Tuy công ty đã xây dựng được thương hiệu cho sản phẩm và được khách hàng đánh giá cao tuy nhiên nếu so sánh với các sản phẩm nước mắt truyền thống khác như nước mắt Cát Hải, nước mắt Phú Quốc... thì khả năng nhận diện và quy mô thị trường vẫn còn nhỏ so với tiềm năng của nước mắt Xx Xxxx. - Nhà máy mới đầu tư với công suất lớn để đáp ứng nhu cầu thị trường nhưng cùng với đó là yêu cầu năng lực kinh doanh tốt để có thể tiêu thụ hết sản phẩm.	- Cải tiến hoạt động marketing nhằm xây dựng thương hiệu nước mắt Xx Xxxx Xxi Xxxxx trở thành thương hiệu nước mắt truyền thống hàng đầu Việt Nam từ đó hỗ trợ công tác bán hàng mở rộng thị trường. Từng bước xây dựng thị trường và mở rộng thị trường khu vực Miền Bắc sau đó mở rộng thị trường ra toàn quốc và xuất khẩu.
	Vấn đề tấn công	Vấn đề phòng thủ	
	- Dựa trên những lợi thế sẵn có những gì đã đạt được để phát triển sản phẩm nước mắt Xx Xxxx Xxx Xxx trở thành thương hiệu nước mắt truyền thống hàng đầu Việt Nam - Tăng cường năng lực sản xuất quản trị và kinh doanh để mở rộng thị trường	- Không ngừng nâng cao năng lực cạnh tranh cải tiến chất lượng sản phẩm	

Sơ đồ tổ chức dự kiến:**Chức năng nhiệm vụ:**

Giám đốc nhà máy: (kiêm nhiệm vai trò quản lý xưởng và quản lý nhà hàng để tinh giản cơ cấu, giảm thiểu chi phí nhân sự)

- Chịu trách nhiệm quản lý xưởng, quản lý nhà hàng
- Xây dựng chiến lược và kế hoạch chung cho nhà máy
- Hỗ trợ trưởng phòng kinh doanh xây dựng chiến lược, kế hoạch cho bộ phận kinh doanh và phê duyệt kế hoạch.
- Chịu trách nhiệm hoàn thành chỉ tiêu doanh thu, doanh số đề ra.
- Đốc thúc phòng kinh doanh tích cực làm việc hoàn thành chỉ tiêu kinh doanh đề ra.

Trưởng phòng kinh doanh:

Công ty TNHH Tư Vấn & Đầu Tư Kế Hoạch Việt

Địa chỉ: 23 Đường Số 7, CityLand ParkHill, Phường 10, Quận Gò Vấp, TP Hồ Chí Minh

Website: <http://kehoachviet.com> Email: contact@khv.vn ĐT: 0902.962.768

- Xây dựng chiến lược và kế hoạch kinh doanh
- Quản lý hoạt động của phòng kinh doanh
- Đào tạo và hỗ trợ nhân viên kinh doanh hoàn thành chỉ tiêu đề ra
- Chịu trách nhiệm về chỉ tiêu doanh thu, doanh số của phòng

Nhân viên kinh doanh:

- Chịu trách nhiệm hoàn thành doanh số cá nhân được giao

Kế toán trưởng:

- Chịu trách nhiệm quản lý bộ phận kế toán, kho, quản lý quỹ
- Phụ trách chỉ đạo công tác kê khai thuế.
- Quản lý hồ sơ, giấy tờ cơ quan

Quản lý nhà hàng: (do giám đốc kiêm nhiệm để tinh giản cơ cấu, giảm chi phí vận hành, tuy nhiên do hoạt động kinh doanh của nhà hàng là bộ mặt của công ty, thường xuyên tiếp xúc với khách hàng nên rất cần phải sâu sát và ra quyết định nhanh nên trong quá trình triển khai thực tế nếu khối lượng công việc phát sinh nhiều và giám đốc không xử lý hết thì có thể tuyển thêm Quản lý nhà hàng để đảm bảo hiệu quả hoạt động)

- Quản lý hoạt động của nhà hàng và cung cấp cơm phần cho khách.

Bếp trưởng: (cần phải có kinh nghiệm, và nghiệp vụ chuyên môn cao nhằm đảm bảo chất lượng món ăn)

- Phụ trách công tác nấu nướng.
- Quản lý khu vực bếp.

Quản lý xưởng: (do giám đốc kiêm nhiệm)

- Lên kế hoạch sản xuất
- Chỉ đạo điều hành xưởng sản xuất, đảm bảo hoạt động thường xuyên

Công ty TNHH Tư Vấn & Đầu Tư Kế Hoạch Việt

Địa chỉ: 23 Đường Số 7, CityLand ParkHill, Phường 10, Quận Gò Vấp, TP Hồ Chí Minh

Website: <http://kehoachviet.com> Email: contact@khv.vn ĐT: 0902.962.768

- Đảm bảo chỉ tiêu sản xuất.
- Đảm bảo các công tác an toàn lao động, vệ sinh, phòng cháy chữa cháy...

Số lượng nhân sự dự kiến:

STT	Vị trí	Số lượng	Mức lương	Tổng lương
1	Giám đốc nhà máy			
2	TP Kinh doanh			
3	Kế toán trưởng			
4	Kế toán nhập xuất			
5	Thủ kho			
6	Thủ Quỹ			
7	Bếp trưởng			
8	Phụ bếp			
9	Bảo vệ			
10	NV sản xuất, phục vụ nhà hàng			
11	Nhân viên thị trường			
Tổng				185.000.000

Ngoài lương thì Giám đốc nhà máy, TP Kinh doanh, Nhân viên kinh doanh sẽ có thêm hoa hồng để gia tăng hiệu quả làm việc theo tỷ lệ đề xuất như sau:

- Giám đốc nhà máy: x% tổng doanh thu
- TP Kinh doanh: x% tổng doanh thu
- Nhân viên kinh doanh: x% tổng doanh thu cá nhân

Kế hoạch kinh doanh được xây dựng nhằm mục đích đạt được mục doanh số mà công ty đề ra:

I. Bám sát kế hoạch doanh số 2 tháng cuối năm 2018 và 2019 mà công ty đã đề ra

1. Sản phẩm nước mắm Xx Xxxx Xxi Xxxxx: trên xx tỷ đồng/tháng
2. Sản phẩm xuất ăn Du Lịch: trên xxx triệu đồng/tháng
3. Khác : trên x tỷ đồng/tháng (thực phẩm chức năng, thực phẩm bảo vệ sức khỏe, đồ ăn nhanh, nem chạo, chả mực, giò, bánh vv...)

II. Nhằm đạt mục tiêu doanh số 2 tháng cuối năm 2018 và 2019 Ban giám đốc xưởng và Phòng kinh doanh đề xuất một số nhiệm vụ trọng tâm như sau:

1. Tiếp tục chăm sóc khách hàng cũ, chăm sóc, hỗ trợ khách hàng cũ đạt doanh thu cao hơn
2. Nghiên cứu mở rộng địa bàn tiêu thụ sản phẩm, nhằm đảm bảo tăng trưởng doanh thu trong ngắn và dài hạn.
3. Xây dựng điểm dừng chân cho khách du lịch khi đến tham quan, du lịch tại Xxx Xxx bao gồm quần thể: nhà máy, nhà hàng, hội trường để thu hút khách du lịch đến tham quan nhà xưởng, ăn uống mua sắm nước mắm và quà lưu niệm... từ đó gia tăng doanh thu bán nước mắm Xx Xxxx và gia tăng doanh thu cho công ty thông qua hoạt động mở rộng doanh mục sản phẩm. Đây là mô hình kinh doanh rất thành công được triển khai tại các trung tâm du lịch.
4. Tuyển dụng và phát triển hệ thống kinh doanh bao gồm: xx nhân viên kinh doanh và đội ngũ cộng tác viên không giới hạn số lượng.
5. Đối với sản phẩm truyền thống của công ty là nước mắm Xx Xxxx Xxi Xxxxx, cần phải đốc thúc phòng kinh doanh tích cực mở rộng thị trường, chào hàng trực tiếp để tăng doanh thu cho công ty.
6. Đối với hoạt động kinh doanh nhà hàng và xuất cơm du lịch cần đảm bảo chất lượng món ăn ngon, vệ sinh nhằm xây dựng uy tín cho công ty và thu hút khách hàng đến với nhà hàng lâu dài.
7. Đa dạng hóa danh mục sản phẩm phụ khác nhằm tận dụng lợi thế mặt bằng có sẵn tạo thêm doanh thu cho công ty.

Chỉ tiêu doanh thu của công ty xoay quanh các sản phẩm chủ lực của công ty bao gồm:

Sản phẩm nước mắm Xx Xxxx Xxi Xxxxx Gồm có x loại, x loại bao bì.



Sản phẩm phụ trợ để hỗ trợ làm thương hiệu và bán sản phẩm chính:

+ Nhận đặt xuất ăn du lịch có mức từ xxk/ xuất trở lên cho các Công ty DI, các nhà xe, các hội tổ chức Sinh nhật, họp lớp, hay hội thảo nhỏ có SL khách dưới xxx khách.

Công ty TNHH Tư Vấn & Đầu Tư Kế Hoạch Việt

Địa chỉ: 23 Đường Số 7, CityLand ParkHill, Phường 10, Quận Gò Vấp, TP Hồ Chí Minh

Website: <http://kehoachviet.com> Email: contact@khv.vn ĐT: 0902.962.768

+ Phục vụ ăn sáng, ăn vặt trong cả ngày các món ăn nhằm quảng cáo cho sản phẩm chính là nước mắm.(Bún thịt nướng, bún nem, bún, miến trộn, nem chạo, nem nộm, giò, chả)

+ Bán và giới thiệu các thực phẩm chức năng, sản phẩm bảo vệ sức khỏe của công ty (có loại 3 thực phẩm chức năng và thực phẩm bảo vệ SK).

+ Bán và giới thiệu sản phẩm Rượu chưng cất bằng 100% hoa quả ủ lên men tự nhiên.

Bảng: Doanh thu kỳ vọng tháng 12/2018 và 6 tháng đầu năm 2019

	Tháng 12/1018	Tháng 1/2019	Tháng 2/2019	Tháng 3/2019	Tháng 4/2019	Tháng 5/2019	Tháng 06/2019
Doanh thu nước mắm Sá Sùng Cái Rồng	1,500,000,000	1,500,000,000	1,500,000,000	1,500,000,000	1,500,000,000	1,500,000,000	1,500,000,000
Doanh thu suất ăn du lịch	300,000,000	300,000,000	300,000,000	300,000,000	300,000,000	300,000,000	300,000,000
Doanh thu khác	1,000,000,000	1,000,000,000	1,000,000,000	1,000,000,000	1,000,000,000	1,000,000,000	1,000,000,000
Tổng doanh thu	2,800,000,000	2,800,000,000	2,800,000,000	2,800,000,000	2,800,000,000	2,800,000,000	2,800,000,000

Bảng: Doanh thu kỳ vọng tháng 7/2019 đến tháng 12/2019

	Tháng 7/1019	Tháng 8/2019	Tháng 9/2019	Tháng 10/2019	Tháng 11/2019	Tháng 12/2019
Doanh thu nước mắm Sá Sùng Cái Rồng	1,500,000,000	1,500,000,000	1,500,000,000	1,500,000,000	1,500,000,000	1,500,000,000
Doanh thu suất ăn du lịch	300,000,000	300,000,000	300,000,000	300,000,000	300,000,000	300,000,000
Doanh thu khác	1,000,000,000	1,000,000,000	1,000,000,000	1,000,000,000	1,000,000,000	1,000,000,000
Tổng doanh thu	2,800,000,000	2,800,000,000	2,800,000,000	2,800,000,000	2,800,000,000	2,800,000,000

Các chiến lược và phương pháp đối với khách hàng hiện tại :

- + Cần phải giữ chân khách hàng cũ và gia tăng doanh thu từ đối tượng khách hàng cũ lên tối thiểu 20% bằng các chính sách bán hàng cụ thể:
 - Chăm sóc tốt khách hàng, Tiếp thị phải ghi nhận lại các ý kiến phản hồi của khách hàng và đánh giá sự hài lòng của khách hàng mỗi quý. Tiếp thị có thể có các câu hỏi để thăm dò mức độ hài lòng của khách hàng cũng như đánh giá về sản phẩm và công ty nhưng phải hỏi khéo và không nên thực hiện quá thường xuyên.
 - Tiếp thị phải theo dõi tình trạng đặt hàng của khách, sự tăng giảm, có sự đánh giá số liệu hàng quý và xác định các nguyên nhân sụt giảm hoặc giải pháp gia tăng doanh số.
 - Tiếp thị phải thực hiện các hoạt động kết nối thường xuyên với khách hàng cũ như: liên hệ với từng khách hàng ít nhất 1 lần/15 ngày, cập nhật cho khách hàng các thông tin về sản phẩm /dịch vụ mới của Công ty, lên lịch cụ thể đến thăm không dưới 3 khách / tuần để tìm hiểu.
 - Đề nghị mỗi một khách hàng hiện tại giới thiệu 1 khách hàng khách mà họ biết có nhu cầu sử dụng sản phẩm của công ty.

Số lượng thư chào khách , cuộc điện thoại Có thể thay đổi , điều quan trọng là cách tiếp thị cần tính toán chính xác rằng các thiết lập mỗi quan hệ với bao nhiêu khách hàng của mình đang phụ trách/ các khách hàng mới có thể đạt được chỉ tiêu về sản lượng được phân bổ.

Các chiến lược và giải pháp tìm kiếm khách hàng mới:

- + Đối với sản phẩm chủ lực là nước mắm Xx Xxxx Xxi Xxxxx: tiếp cận khách hàng qua các kênh như:
 - Tổ chức nhà hàng, điểm dừng chân cho du khách để thu hút khách hàng đến mua hàng tại địa điểm tham quan
 - Tổ chức bán hàng trực tiếp qua các kênh siêu thị, cửa hàng bán lẻ, nhà hàng, khách sạn, khu công nghiệp, bếp ăn tập thể, điểm dừng chân... nhân viên tiếp thị của công ty sẽ được chia ra quản lý từng khu vực, với mỗi khu vực nhân viên cần phải lên danh sách các địa điểm mục tiêu và từng bước tiếp cận để chào hàng của công ty vào trực tiếp.
 - Giám đốc và trưởng phòng kinh doanh có trách nhiệm đốc thúc nhân viên hoàn thành các chỉ tiêu kinh doanh đề ra, hỗ trợ nhân viên nâng cao khả năng bán hàng.

+ Đối với nhà hàng và xuất cơm du lịch

Công ty TNHH Tư Vấn & Đầu Tư Kế Hoạch Việt

Địa chỉ: 23 Đường Số 7, CityLand ParkHill, Phường 10, Quận Gò Vấp, TP Hồ Chí Minh

Website: <http://kehoachviet.com> Email: contact@khv.vn ĐT: 0902.962.768

- Tiếp cận khách hàng qua các kênh online như: tripadviser, vivu, foody...
- Tiếp cận các công ty du lịch lữ hành và các công ty có tổ chức tour trên địa bàn để kéo khách về cho nhà hàng.
- Làm bảng hiệu nổi bật để thu hút khách địa phương đến ăn tại nhà hàng.

+ Phòng kinh doanh cần phải tìm kiếm khách hàng mới liên tục và phải gia tăng được tối thiểu xx% doanh thu từ nhóm đối tượng khách hàng mới này. Mỗi Tiếp thị cần phải vượt chỉ tiêu hạn mức đề ra mỗi tuần.

-
-

Cải tiến hiệu quả hoạt động bán hàng

Ngoài các hoạt động tiếp xúc khách hàng phòng kinh doanh cũng cần phải cải tiến hiệu quả hoạt động kinh doanh với các giải pháp cụ thể như:

- Mỗi tháng phòng kinh doanh họp 1 lần: để trao đổi về hiệu quả công việc trong tháng và mục tiêu giải pháp thực hiện các tháng tiếp theo, đồng thời Tiếp thị cần trao đổi các kinh nghiệm tiếp xúc, chăm sóc khách hàng để cải thiện hiệu quả bán hàng.
- Công ty cần phải có kinh phí đào tạo nhân sự kinh doanh thường xuyên giúp Tiếp thị gia tăng các kỹ năng bán hàng, tổ chức công việc và mở rộng mối quan hệ kinh doanh.
- Ngoài ra công ty có thể xây dựng chính sách hỗ trợ cho nhân viên cũ đào tạo nhân viên mới. Phương pháp này giúp nhân viên mới nắm bắt công việc hiệu quả nhất, được đào tạo các kiến thức và kỹ năng phù hợp nhất với yêu cầu công việc của nhà máy, trong khi các khóa đào tạo chi phí tốn kém bằng cách này ta sẽ tiết giảm được chi phí.

Đối với hoạt động marketing

- Cần phải có chiến lược xây dựng thương hiệu bài bản lâu dài, mục tiêu nhằm định vị nước mắm Xx Xxxx Xxi Xxxxx trở thành một trong những món đặc sản hàng đầu Việt Nam.
- Sử dụng đa dạng các kênh truyền thông như báo chí, truyền hình, marketing online để truyền thông về sản phẩm, đưa thông tin về sản phẩm và công ty đến với đối tác và khách hàng tiềm năng.

Xxx Xxx, ngày 18 tháng 11 năm 2018

Người lập kế hoạch

*** 1 SỐ THÔNG TIN, NỘI DUNG, SỐ LIỆU VÀ HÌNH ẢNH ĐÃ ĐƯỢC KẾ HOẠCH VIẾT LỘC BỐT HOẶC ĐIỀU CHỈNH NHẪM MỤC ĐÍCH BẢO MẬT THÔNG TIN.

*** TÀI LIỆU THAM KHẢO, VUI LÒNG KHÔNG SỬ DỤNG CHO MỤC ĐÍCH THƯƠNG MẠI.