



BÍ QUYẾT LÀM CHỦ CỬA HÀNG BÁN LẺ

GIÚP BẠN BÁN HÀNG VÀ QUẢN LÝ CỬA HÀNG THÀNH CÔNG



PHẦN MỀM QUẢN LÝ BÁN HÀNG DỄ SỬ DỤNG NHẤT

- Sapo.vn -



LỜI GIỚI THIỆU

Thị trường bán lẻ Việt Nam đang phải đối diện với áp lực cạnh tranh ngày càng khốc liệt. Mỗi ngày có hàng trăm cửa hàng, siêu thị ra đời cùng sự xuất hiện của những chuỗi cửa hàng nhượng quyền ngày càng phát triển. Làm thế nào để xây dựng một hình ảnh cửa hàng hiện đại, cùng đội ngũ nhân viên bán hàng chuyên nghiệp nhằm đáp ứng nhu cầu khách hàng cũng như chiến thắng cửa hàng khác là một bài toán đặt ra cho các nhà quản lý – những chủ cửa hàng, quản lý cửa hàng, cửa hàng trưởng...



Hiểu được điều đó, Sapov đã biên soạn cuốn "Bí quyết làm chủ cửa hàng bán lẻ" với mong muốn đóng góp một phần sức lực nhỏ bé của mình để hỗ trợ các nhà quản lý giải đáp những thắc mắc; đồng thời, có thêm kiến thức và động lực để thực hiện được tất cả những gì mình muốn với niềm đam mê kinh doanh.

Cuốn cẩm nang gồm 11 chương chính tập trung vào các nghiệp vụ bán hàng và quản lý cửa hàng như định giá bán lẻ, quản lý tồn kho, chăm sóc khách hàng, đánh giá hiệu quả kinh doanh... Mỗi phần đều đưa ra những cách làm cụ thể có kèm theo ví dụ giúp bạn đọc dễ hiểu, dễ nắm bắt và vận dụng.



NỘI DUNG CHÍNH

1. Phương pháp định giá sản phẩm tối ưu nhất - chủ shop không nên bỏ qua	01
2. 6 mẹo trưng bày hàng hóa khiến khách mua "ầm ầm"	03
3. 4 kênh bán hàng online hiệu quả nhất hiện nay	07
4. Bỏ túi công thức 6C để trở thành người bán hàng chuyên nghiệp	12
5. Vòng quay tồn kho - Yếu tố không thể thiếu trong quản lý kho hàng	16
6. Những điều cần tránh khi quản lý kho hàng	18
7. 8 mẹo "giải phóng" hàng tồn, thu hồi vốn nhanh nhất	21
8. Checklist chuẩn bị cho mùa khuyến mại bùng nổ doanh thu	24
9. 5 nguyên tắc quản lý công nợ cho chủ shop	25
10. 4 chỉ số đánh giá hiệu quả kinh doanh cửa hàng bán lẻ	27
11. Câu chuyện kinh doanh: Bán giày ở Châu Phi	29



PHƯƠNG PHÁP ĐỊNH GIÁ SẢN PHẨM TỐI ƯU NHẤT CHỦ SHOP KHÔNG NÊN BỎ QUA

Việc định giá sản phẩm có vai trò vô cùng quan trọng với cửa hàng bán lẻ bởi nó ảnh hưởng trực tiếp đến hiệu quả kinh doanh. Tuy nhiên, nhiều chủ shop chưa chú trọng đến điều này dẫn đến định giá quá thấp - khiến bạn mất đi một khoản doanh thu hoặc giá quá cao - khiến một lượng khách hàng mục tiêu không thể mua hàng.

Chính vì vậy, bài viết này Sapo sẽ chia sẻ đến bạn cách định giá sản phẩm với 3 bước đơn giản, được hầu hết các nhà bán buôn, bán lẻ sử dụng.

BƯỚC 1: TÍNH GIÁ VỐN CHO SẢN PHẨM

Giá vốn của sản phẩm có thể được xác định với công thức tính như sau:



Giá vốn = Giá thành sản phẩm (Chi phí sản xuất/nhập sản phẩm) + Chi phí phát sinh khác nếu có (chi phí nhân công, đóng gói, vận chuyển, marketing,...)

BƯỚC 2: NGHIÊN CỨU THỊ TRƯỜNG ĐỂ XÁC ĐỊNH MỨC LÃI DỰ KIẾN

Mức lãi dự kiến sẽ tùy thuộc vào từng ngành hàng và mô hình kinh doanh của bạn. Vì vậy để đưa ra mức giá lợi thế cạnh tranh, bạn cần xác định rõ:

- Sản phẩm của bạn thuộc lĩnh vực nào? Là hàng cao cấp, hướng đến khách hàng giàu có? Hay là hàng bình dân, phù hợp với khách hàng có thu nhập trung bình - khá?
- Khách hàng của bạn có những hành vi tiêu dùng ra sao, chỉ quan tâm về giá cả hay về chất lượng sản phẩm?
- Tình hình cạnh tranh và cung cầu trên thị trường như thế nào?

Tổng kết tất cả những dữ liệu đó lại, bạn có thể đưa ra được mức lãi phù hợp, đánh trúng tâm lý khách hàng.



BƯỚC 3: ĐẶT GIÁ BÁN LẺ

Sau khi xác định được mức lãi mong muốn, kỳ vọng thì bạn sẽ tính ra được giá bán sau cùng với công thức như sau:



$$\text{Giá bán lẻ} = \text{Giá vốn} + [\text{Giá vốn} \times \% \text{Lãi dự kiến}]$$

Trên đây là công thức định giá sản phẩm cơ bản nhất, dành cho những chủ shop bắt đầu và chưa có kiến thức chuyên sâu về việc kinh doanh. Hy vọng có thể giúp được phần nào cho bạn trong công việc kinh doanh của mình



MẸO NHỎ: ÁP DỤNG PHƯƠNG PHÁP CON SỐ 9 KỲ DIỆU

Khi mua sắm, người dùng thường quan tâm đến giá con số đầu của sản phẩm. Bởi vậy, việc đặt giá trị sản phẩm **99k, 199K, 299K** ...sẽ tạo cảm giác giá rẻ hơn khi đặt giá sản phẩm bước sang đầu số tiếp theo.



CHƯƠNG

02



6 MẸO TRƯNG BÀY HÀNG HÓA KHIẾN KHÁCH MUA "ẦM ẦM"



THEO NGHIÊN CỨU CỦA OGILVY ACTION*, VIỆC TRƯNG BÀY BÊN TRONG CỬA HÀNG CÓ HIỆU QUẢ HƠN CẢ GIẢM GIÁ. TRONG 29% NGƯỜI MUA HÀNG MỘT CÁCH NGẪU NHIÊN, CÓ ĐẾN 18% BỊ ẢNH HƯỞNG BỞI SỰ TRƯNG BÀY TRONG CỬA HÀNG.

01

**HÀNG KHUYẾN MẠI, DỪNG THỬ,
TRƯNG BÀY ĐỂ TRƯỚC LỐI ĐI**

Đây là một cách rất hữu ích để phân tán sự chú ý của khách hàng, khiến họ tạm thời quên mất mục đích ban đầu của mình đồng thời tạo ấn tượng tốt về giá sản phẩm cửa hàng bạn.



(*) Ogilvy Action là công ty con Ogilvy & Mather - công ty quốc tế chuyên về quảng cáo, marketing và quan hệ công chúng có trụ sở tại Manhattan và 450 văn phòng tại 161 thành phố của 120 quốc gia trên toàn thế giới.



02

CÁC MẶT HÀNG THIẾT YẾU BÀY VÀO TRONG CÙNG

Khi đó người mua buộc phải đi vào sâu bên trong cửa hàng, lướt qua rất nhiều kệ hàng khác mới tìm thấy đồ cần thiết. Đây chính là cơ hội để bạn bán thêm sản phẩm.

Trong các siêu thị mini, những sản phẩm như thực phẩm, gia vị, đồ đóng hộp,... thì bạn nên đặt vào vị trí trong cùng của cửa hàng.

03

ĐẶT CÁC MẶT HÀNG NHỎ GẦN QUẦY THANH TOÁN

Khách hàng thường sẽ phải đứng khá lâu tại quầy thanh toán, họ sẽ có thời gian để “ngắm nghía” những mặt hàng được bày xung quanh. Đây chính là cơ hội giúp bạn gia tăng doanh thu bán hàng.

Như cửa hàng thời trang, bạn có thể đặt thắt lưng, túi xách, dây buộc và phụ kiện tóc trên bàn thanh toán. Một số hãng lớn như HM hay Zara đều áp dụng cách này.





04

SẢN PHẨM CHO TRẺ EM ĐẶT DƯỚI KỆ THẤP

Dù không có khả năng chi trả nhưng trẻ nhỏ lại dễ tác động đến hành vi mua sắm của người lớn nhất. Vì vậy khi sắp xếp các sản phẩm dành cho trẻ em như bánh kẹo, đồ chơi, quần áo,... bạn nên đặt dưới kệ thấp, vừa tầm tay của chúng.

05

SẮP XẾP CÁC SẢN PHẨM LIÊN QUAN CẠNH NHAU

Việc phân khu và sắp xếp các sản phẩm liên quan cạnh nhau không chỉ giúp bạn quản lý hàng hóa dễ hơn mà còn là cách dẫn dắt tâm lý mua sắm của khách cực kì hiệu quả.

Trong cửa hàng thời trang, bạn có thể phối các sản phẩm như váy, giày và túi xách theo set để tư vấn gián tiếp cho khách, kích thích khách hàng mua nhiều sản phẩm hơn, từ đó góp phần tăng doanh thu cho cửa hàng.



06 TRƯNG BÀY CÁC SẢN PHẨM THEO NHÓM

Nếu bạn không biết cách sắp xếp hàng hóa hợp lý thì sẽ rất rối mắt, gây khó khăn cho việc lựa chọn của khách hàng. Bởi vậy khi trang trí tốt nhất là bạn nên xếp theo nhóm, những mặt hàng cùng thể loại.

Ví dụ, nếu bạn kinh doanh một shop quần áo trẻ em, bạn nên chia không gian theo khu vực bé trai, bé gái. Việc làm này giúp cho khách hàng dễ dàng lựa chọn đồ, đồng thời tạo cảm giác chuyên nghiệp, không lộn xộn cho shop.



CHƯƠNG 03

4 KÊNH BÁN HÀNG ONLINE HIỆU QUẢ NHẤT HIỆN NAY

Bên cạnh cửa hàng, bán hàng online cũng là hình thức kinh doanh đang được rất nhiều chủ shop lựa chọn. Vậy, nên bán hàng online ở những kênh nào và làm thế nào để tối ưu hiệu quả bán hàng trên những kênh đó. Hãy cùng Sapo tìm hiểu trong bài viết dưới đây





FACEBOOK



KÊNH BÁN HÀNG ONLINE HIỆU QUẢ SỐ 1 HIỆN NAY



Facebook là kênh kinh doanh trực tuyến được nhiều chủ shop lựa chọn nhất bởi hoàn toàn miễn phí khởi tạo, tính tương tác cao và mang lại hiệu quả nhanh.



Bạn có thể mời bạn bè like page, số lượt người like càng nhiều, người dùng sẽ cảm thấy tin tưởng và an tâm khi mua hàng.



Xác định được thời gian fan online nhiều nhất và lên lịch post bài trong khoảng thời gian đó sẽ giúp bài viết tăng sự tiếp cận và tương tác một cách rõ rệt.



Tham gia vào các group như: Hội kinh doanh buôn bán online, Hội các bà mẹ thích kinh doanh....và đăng bài để giới thiệu sản phẩm/dịch vụ với hàng nghìn thành viên trong group.

Zalo

Kênh bán hàng tiềm năng của người Việt



Theo số liệu thống kê của Zalo hiện nay có khoảng 160 triệu người dùng, một con số ấn tượng thể hiện một mảnh đất màu mỡ cung cấp các khách hàng tiềm năng.



Lợi thế của Zalo mà Facebook không có là các bài viết của bạn được hiển thị trên 100% bạn bè và không giới hạn số bài viết.



Bạn có thể tìm kiếm khách hàng nhờ công cụ tìm kiếm bạn bè gần đây để khoanh vùng và chọn lọc được độ tuổi, giới tính tìm kiếm khiến cho việc tiếp cận khách hàng của bạn dễ dàng hơn.



Và một lưu ý các bài đăng bán hàng trên Zalo: bạn nên chú trọng vào hình ảnh nhiều hơn là text vì zalo hỗ trợ hình ảnh rất cao.

SÀN THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ

Kênh bán hàng hiệu quả mới nổi



Sàn giao dịch thương mại điện tử là một lựa chọn tối ưu cho tất cả các shop bán hàng, đặc biệt là với những shop hạn hẹp về kinh phí vận hành, quảng cáo.



Chỉ cần đăng kí một gian hàng trên các website thương mại điện tử như Lazada, Shopee... là bạn sẽ có ngay 1 gian hàng cho riêng mình và hầu hết các sàn Thương mại điện tử cho phép bạn tạo gian hàng với chi phí bằng 0.



Quan trọng bạn cần phải cam kết đó là về chất lượng sản phẩm và một số điều khoản trong quy trình bán hàng. Với lượng truy cập mua sắm khổng lồ và tiềm năng trên các sàn thương mại điện tử, chắc chắn sẽ giúp sản phẩm của bạn đến được với khách hàng một cách hoàn toàn đơn giản.

WEBSITE

KÊNH BÁN HÀNG ONLINE UY TÍN VÀ BỀN VỮNG NHẤT



Website là kênh bền vững nhất bởi website là của bạn và bạn có thể làm bất cứ thứ gì mình muốn để tối ưu người dùng cũng như thúc đẩy doanh số. Còn các kênh khác không thuộc quyền sở hữu của bạn, và chỉ cần vi phạm một chính sách bất kỳ, tài khoản của bạn sẽ bị khóa, Fanpage triệu like của bạn cũng bị block ngay lập tức...



Nội dung là yếu tố quan trọng hàng đầu với một website. Bằng cách tạo nội dung hữu ích và đa dạng hình thức như video, ebook, hình ảnh...bạn có thể thu hút khách hàng đến với website của mình.



Ngoài ra SEO và quảng cáo tốt sẽ giúp thu hút được lượng lớn lưu lượng truy cập, tăng sự hiện diện website với mọi người.

BẠN CÓ BIẾT ?

Sapo hỗ trợ quản lý bán hàng đa kênh, giúp bạn bán hàng trên tất cả các kênh từ Website, Facebook, Sàn TMĐT.. cho đến chuỗi cửa hàng. Đồng thời, quản lý tồn kho, khách hàng và đơn hàng tập trung tại 1 nơi duy nhất. Rất tiện lợi phải không nào!

CHƯƠNG

04

BỎ TÚI

CÔNG THỨC 6C

ĐỂ TRỞ THÀNH NGƯỜI BÁN HÀNG
CHUYÊN NGHIỆP



01

CƯỜI TỰ NHIÊN - MỘT CÁCH THU HÚT KHÁCH HÀNG HIỆU QUẢ

Khi khách hàng bắt gặp nụ cười của bạn, họ sẽ cảm thấy vui vẻ và có thiện cảm ngay với người bán, sản phẩm và cửa hàng.

Tuy nhiên, nụ cười phải đúng lúc đúng chỗ không bị lạm dụng thái quá, bởi nếu không thì điều bạn mang đến cho khách hàng chính là sự vô duyên và thiếu thoải mái.

02

CHÀO - TẠO CHO KHÁCH HÀNG SỰ THOẢI MÁI

Thay vì câu chào "Mời anh/chị vào mua hàng", tạo áp lực cho người mua, bạn có thể chào "Mời chị/anh vào xem hàng, mời chị/anh cứ tự nhiên" để tạo cảm giác thoải mái, dễ chịu cho khách hàng.

Nếu cửa hàng bạn có bảo vệ thì tinh thần này phải bắt đầu từ họ, điều này sẽ mang đến sự hài lòng cho khách hàng từ lúc bước chân vào cửa hàng.



03

CHĂM SÓC KHÁCH HÀNG - YẾU TỐ QUYẾT ĐỊNH VIỆC QUAY TRỞ LẠI CỦA KHÁCH HÀNG

Sau khi chào hỏi, hãy tìm hiểu xem nhu cầu của khách hàng là gì => Tư vấn và trình bày lợi ích của sản phẩm => Thuyết phục khách mua hàng.

Bên cạnh đó, đừng bắt họ chờ lâu khi tính tiền bạn cũng nên mua phần mềm quản lý bán hàng. Phần mềm sẽ giúp bạn lưu trữ thông tin khách hàng, tiện cho việc gửi lời chúc mừng sinh nhật, tặng quà khách hàng quen thuộc, ...



04

CẢM ƠN - TẠO THIỆN CẢM VỚI KHÁCH HÀNG

Lời cảm ơn là lời nói sau cùng của một cuộc gặp gỡ, nhưng đây chưa phải là bước kết thúc. Bởi lời cảm ơn và lời chào tạm biệt chính là mở đầu cho một cuộc mua – bán tiếp theo giữa bạn với khách hàng.

Có thể dễ dàng bắt gặp ở rất nhiều cửa hàng như TH True Milk, Seven a.m những câu cảm ơn vô cùng thân thiện khi khách hàng thanh toán, rời khỏi cửa hàng như “Cảm ơn quý khách”. Với câu cảm ơn như vậy, khách hàng sẽ cảm giác thoải mái và dễ chịu.



05

CAM KẾT - MANG ĐẾN NIỀM TIN CHO KHÁCH HÀNG

Bất kể một ngành nghề nào cũng cần đến chữ “Tin” và với nghề bán hàng, điều này lại cần thiết hơn bao giờ hết.

Những cam kết về chất lượng, dịch vụ bảo hành, bảo trì... nhằm đảm bảo khách hàng an tâm tuyệt đối vào nơi bán hàng và thể hiện tinh thần trách nhiệm của bạn đối với khách hàng.

06

CHUYÊN NGHIỆP - TẠO NÊN HÌNH ẢNH CỦA HÀNG

Một người bán hàng chuyên nghiệp trước hết cần có kiến thức chuẩn về sản phẩm, về thị trường, đối thủ cạnh tranh, khách hàng. Tiếp theo, người bán hàng phải ý thức được mình đang làm gì, thái độ phục vụ ra sao đối với khách hàng.

Bên cạnh đó, người làm công việc bán hàng chuyên nghiệp cần phải có kỹ năng giao tiếp tốt, nhận biết nhu cầu khách hàng, trưng bày hàng hoá.



66

**Ghi nhớ và thực hành thường xuyên
phong cách bán hàng theo công thức 6C mỗi ngày
sẽ giúp bạn thành công.**



05 VÒNG QUAY TỒN KHO

Yếu tố không thể thiếu
trong quản lý kho

VÒNG QUAY HÀNG TỒN KHO LÀ GÌ?

Vòng quay hàng tồn kho là thước đo số lần hàng trong kho được bán ra trong một khoảng thời gian nhất định. Khoảng thời gian thường là một năm, hoặc có thể ngắn hơn.

$$\text{Vòng quay tồn kho} = \frac{\text{Tổng giá vốn hàng bán}}{\text{Tồn kho trung bình}}$$

Trong đó:

- Tồn kho trung bình là giá trị bình quân của tất cả hàng hoá bạn đang giữ trong kho và trên các kệ hàng mà chưa được bán đi trong một khoảng thời gian nhất định.

- Tồn kho trung bình =
(Tồn kho đầu kỳ + Tồn kho cuối kỳ) / 2

Ví dụ: Tồn kho trung bình 1 cửa hàng quần áo là 500 triệu, và cửa hàng đó đã bán được 1 tỷ tính theo giá vốn hàng hoá trong một năm. Vậy, vòng quay hàng tồn kho là 2, điều này có nghĩa là cửa hàng đó bán ra hàng tồn kho 2 lần trong năm đó.

TẠI SAO HỆ SỐ VÒNG QUAY TỒN KHO QUAN TRỌNG?

Hệ số này sẽ giúp bạn đưa ra các quyết định quan trọng liên quan tới hàng hoá:

- Bao lâu cần bổ sung thêm hàng? Hàng trong kho có đủ bán không hay thừa/ thiếu?

Để tìm thời gian bình quân bán hàng tồn kho của bạn, bạn sử dụng công thức:
thời gian = số ngày trong khoảng thời gian/ hệ số vòng quay hàng tồn kho.

Ví dụ: nếu bạn có hệ số vòng quay hàng tồn kho là 2.5 cho tháng 9, như vậy thời gian trung bình để bán toàn bộ hàng tồn kho được tính bằng cách $30 \text{ ngày} / 2.5 = 12 \text{ ngày}$. Nói cách khác, trung bình, bạn bán toàn bộ hàng tồn kho trong khoảng 12 ngày một lần.

- Tính toán vòng đời của từng mặt hàng và biết các mặt hàng khác nhau được bán nhanh hay chậm.

Ví dụ: nếu mặt hàng A có hệ số vòng quay là 1.0, và mặt hàng B là 7.0, bạn biết rằng mặt hàng B bán chạy hơn. Và bạn có thể dựa vào dấu hiệu để bạn sẽ cần phải nhập nhiều thêm các mặt hàng B, và ít hơn của mặt hàng

VẬY VÒNG QUAY HÀNG TỒN KHO BAO NHIÊU LÀ TỐT?

Thông thường hệ số vòng quay hàng tồn kho càng lớn nghĩa là hàng tồn kho ít, cửa hàng bán hàng nhanh, tiền mặt không bị đọng vào hàng tồn kho/giá vốn và ngược lại.

Tuy nhiên, hệ số này quá cao cũng không tốt, vì như vậy có nghĩa là lượng hàng dự trữ trong kho không nhiều, nếu nhu cầu thị trường tăng đột ngột thì rất có khả năng bạn sẽ bị mất khách hàng vào tay đối thủ. Vì vậy, hệ số vòng quay hàng tồn kho cần phải đủ lớn để đảm bảo mức độ sản xuất và đáp ứng được nhu cầu khách hàng.



CHƯƠNG

06

NHỮNG ĐIỀU CẦN TRÁNH KHI QUẢN LÝ KHO HÀNG



01 KHÔNG XÁC ĐỊNH ĐỊNH MỨC TỒN KHO CẦN THIẾT

Định mức tồn kho là số lượng hàng hóa cần được duy trì trong kho vừa đủ cho công việc kinh doanh của cửa hàng mà vẫn tiết kiệm được tiền thuê kho.

Việc không thực hiện khâu xác định này, khiến cửa hàng rất dễ gặp tình trạng "hàng bán chạy" thì thiếu, "hàng bán chậm" thì thừa. Vì vậy, bạn cần xác định được mức tồn kho thấp nhất và cao nhất cho từng loại hàng hóa dựa trên lượng tiêu thụ thực tế hàng hóa.

02 SẮP XẾP HÀNG HÓA KHÔNG KHOA HỌC

Một sai lầm rất phổ biến ở các cửa hàng bán lẻ đó là không sắp xếp hàng hóa một cách cẩn thận mà chỉ đơn giản là đặt hàng hóa trong kho theo ý thích. Điều này sẽ khiến chủ cửa hàng khó khăn khi theo dõi, quản lý cũng như làm mất thời gian cho các công việc khác.

Để khắc phục sai lầm này, bạn nên phân loại rõ các mặt hàng ngay từ kho nhập kho. Sau đó, bạn có thể áp dụng các phương pháp như dán mã sản phẩm, đánh dấu các kệ, sử dụng mũi tên chỉ vị trí,... để sắp xếp hàng gọn gàng và khoa học hơn.



03 KHÔNG KIỂM KHO THƯỜNG XUYỀN

Kiểm kho là một công việc tốn nhiều thời gian cũng như phức tạp, do đó có khá nhiều chủ shop bỏ qua việc kiểm kê hàng hóa này. Đây là một sai lầm nghiêm trọng, dẫn đến tình trạng hàng hóa bị hỏng hóc, hết hạn và không đáp ứng được nhu cầu của khách hàng.

Vì vậy chủ cửa hàng nên kiểm kho định kỳ 6 tháng một lần nhằm đối chiếu số lượng hàng hóa trong thực tế và trong sổ sách cũng như kiểm soát chất lượng của hàng trong kho.

04 CÔNG NGHỆ VÀ THIẾT BỊ LẠC HẬU

Hiện nay có khá nhiều chủ cửa hàng vẫn sử dụng sổ sách hoặc file excel để quản lý hàng hóa trong kho. Tuy nhiên những cách thức quản lý kho này không những tốn rất nhiều thời gian và công sức mà còn dễ xảy ra sai sót.

Quản lý kho bằng các phần mềm dần dần trở thành sự lựa chọn của nhiều chủ cửa hàng với sự hiệu quả và chính xác. Những phần mềm này giúp các chủ cửa hàng tiết kiệm được nhiều thời gian, công sức trong việc kiểm kho, hạn chế tối đa thất thoát và xác định định mức tồn kho một cách tự động.



Hàng tồn kho chiếm đến 60% tổng giá trị tài sản của một cửa hàng. Đừng để việc quản lý kho không hiệu quả ảnh hưởng tới công việc kinh doanh của bạn !



CHƯƠNG

078 MẸO

"GIẢI PHÓNG" HÀNG TỒN,
THU HỒI VỐN NHANH NHẤT



Cuối tuần **Siêu khuyến mãi**
Giá chỉ từ **88.000đ**



LƯU 11:00 thứ sáu đến 23:59 Chủ nhật

01 | KHUYẾN MẠI GIÁ SỐC

"Mua 1 tặng 1", "Sản phẩm 199.000 đồng giá bán 19.000 đồng", ... với số lượng hạn chế, kéo dài trong thời gian ngắn chỉ 1-2 ngày. Nghe thôi đã thấy hấp dẫn phải không? Khách hàng cũng sẽ bị thu hút bởi mức giá đó mà kéo tới cửa hàng của bạn.

02 | GIỜ VÀNG NGÀY VÀNG

Gây chú ý bằng cách đưa ra chương trình giờ vàng giá sốc. Tất cả sản phẩm hoặc chỉ một vài sản phẩm nổi bật được quan tâm sẽ giảm giá vào vào một giờ hoặc một ngày duy nhất. Điều này giúp cửa hàng có sự chuẩn bị cho việc phân bổ nhân lực tập trung, tránh bị dàn trải đều cả ngày.

Từ 15-18/6

 **GIỜ VÀNG**

SALE UP TO 30%

11h-13h 17h-19h

Hotline: 0934 486 698/1900 636 141

Số lượng có hạn

03 | BỐC THĂM TRÚNG THƯỜNG

Đưa ra chương trình bốc thăm may mắn 100% trúng thưởng với hóa đơn thanh toán có giá trị từ một số tiền cụ thể trở lên (ví dụ 500.000 đồng). Có thể sử dụng hàng tồn làm quà tặng cho chương trình bốc thăm trúng thưởng.



04 | KÝ GỬI

Ký gửi hàng hóa tại các cửa hàng bán sản phẩm liên quan, có doanh thu tốt sẽ giúp bạn đẩy nhanh lượng tiêu thụ hàng hóa của mình. Bạn sẽ phải chấp nhận lợi nhuận ít hơn hoặc hòa vốn.



05 | BÁN HÀNG THEO COMBO

Combo có thể được nhặt từ những sản phẩm có chức năng bổ trợ và cần thiết cho nhau. Sau đó đặt ra một mức giá combo rẻ hơn là mua từng món lẻ rồi gộp vào, giúp bán được nhiều sản phẩm cùng lúc. Ví dụ như combo bếp điện + bộ nồi gia dụng.





06 | GIẢM GIÁ KHI MUA NHIỀU SẢN PHẨM

“Mua bao nhiêu sản phẩm giảm bấy nhiêu %” với mức giảm cao nhất là 70%. Khi bán 1 sản phẩm chỉ giảm chút ít, nhưng khi mua nhiều sản phẩm sẽ được giảm cao hơn, đây là một chiêu kích cầu rất thường thấy để người tiêu dùng lựa chọn mua nhiều hơn 1 sản phẩm.

07 | GIẢM GIÁ "GIÀ VỜ"

Bạn có thể sử dụng phương thức tránh khách hàng nghi ngại về chất lượng sản phẩm, dịch vụ sau khi giảm giá. Chỉ giảm một chút ít so với giá của sản phẩm hoặc tặng phần quà để khách hàng có cảm giác "nhận thêm". Ví dụ: Mua Samsung Galaxy S8 giá gốc là 18.490.000 đồng sẽ được tặng thêm bộ phụ kiện trị giá 1.000.000 đồng.



08 | THANH LÝ

Chỉ với 99.000 - 199.000 bạn có thể sở hữu các sản phẩm nằm trong danh mục giảm giá trong dịp khuyến mại của cửa hàng. Các điểm kinh doanh đồ thời trang hay áp dụng các này khi vào thời kỳ cuối vụ hoặc giai đoạn cạnh tranh cao điểm.

CHUẨN BỊ CHO MÙA KHUYẾN MẠI BÙNG NỔ DOANH THU?

01

Xác định thời gian diễn ra chương trình khuyến mại

Không phải cứ cảm thấy dạo này buôn bán ảm đạm thì húng lên khuyến mại. Bạn cần phải có một bản kế hoạch, thống kê những chương trình khuyến mại sẽ được tổ chức trong năm.

02

Xác định hình thức khuyến mại

Tùy vào từng thời điểm và mô hình kinh doanh của cửa hàng để chọn hình thức khuyến mại phù hợp.

03

Xác định sản phẩm được khuyến mại

Nếu bạn tổ chức xả kho, thanh lý thì có thể khuyến mại toàn bộ sản phẩm, còn nếu bạn khuyến mại tặng kèm thì chỉ cần chọn một số mặt hàng nhất định mà thôi.

04

Xây dựng thể lệ chương trình

Đây là phần cực kỳ quan trọng. Nếu thể lệ chương trình lỏng lẻo sẽ tạo kẽ hở để khách hàng lợi dụng, lúc đó bạn sẽ mất cả vốn lẫn lời.

05

Đối tượng áp dụng

Tùy vào chiến lược của bạn mà đối tượng áp dụng sẽ khác nhau. Ví dụ để tăng độ thân thiết với khách hàng bằng chương trình tặng quà hội viên, vậy đối tượng sẽ chỉ có khách hàng cũ.

06

Kênh bán hàng áp dụng

Một số cửa hàng kết hợp cả kinh doanh online lẫn truyền thống thì bạn cần chú ý kênh nào đủ điều kiện áp dụng. Ví dụ giảm giá sốc chỉ áp dụng cho khách đến tận nơi mua hàng chẳng hạn.

07

Quảng cáo cho chương trình khuyến mại

Bạn có thể phát tờ rơi, quảng cáo trên Facebook, đăng sản phẩm lên một số sàn thương mại điện tử... Bạn cần tính toán để tránh tình trạng tiền lãi thu về trả không đủ cho tiền tiếp thị.

05 NGUYÊN TẮC QUẢN LÝ CÔNG NỢ CHO CÁC CHỦ SHOP

01

Đưa ra một hạn mức tín dụng, chỉ cho khách nợ một số tiền tối đa nào đó. Đồng thời, không cho khách hàng mua thiếu khi chưa thanh toán hết nợ cũ.



02

Thống kê tần suất mua hàng của khách và đối chiếu nợ. Điều này sẽ khiến khách hàng nhớ và xác nhận số tiền còn nợ cửa hàng. Điều này cũng giúp cho cửa hàng thanh toán các khoản nợ cũ định kỳ.



03

Tách biệt khoản phải thu và phải trả ngay cả khi khách hàng đồng thời là nhà cung cấp. Nếu gộp 2 khoản này rất dễ dẫn tới phát sinh chênh lệch giữa các khoản và xảy ra mâu thuẫn không đáng có.



04

Với các mặt hàng có giá trị lớn có thể cho khách hàng trả góp để kích cầu nhưng đừng quên tính toán lãi suất cho hợp lý. Công thức tính lãi suất sau: Số tiền phải góp hàng tháng = (Giá trị khoản vay/ Kỳ hạn vay) + (Giá trị khoản vay x lãi suất tháng).



05

Để tạo sự minh bạch và tránh mất lòng, bạn cần phải có sự hỗ trợ từ phần mềm quản lý bán hàng để theo dõi chi tiết giao dịch và thông tin mua hàng. Đây cũng là cách quản lý công nợ phải thu hiệu quả, nhanh chóng, chi tiết đến từng giao dịch nhất.



4 CHỈ SỐ

ĐÁNH GIÁ HIỆU QUẢ
KINH DOANH CỦA HÀNG BÁN LẺ

1. Tỷ lệ chuyển đổi khách hàng = (Số khách hàng mua hàng / Khách hàng vào cửa hàng) * 100

Ví dụ: 1 tháng cửa hàng có 20 khách tới nhưng chỉ có 1 khách mua hàng thì tỷ lệ chuyển đổi khách hàng là 5%.

» Chỉ số phản ánh khả năng cửa hàng biến khách hàng tiềm năng thành người mua hàng và số lượng khách hàng vào cửa hàng nhưng không mua hàng. Để cải thiện chỉ số này, bạn cần trả lời các câu hỏi:

- ✓ Dịch vụ khách hàng: Chất lượng dịch vụ chăm sóc khách hàng đã đủ tốt chưa? Các tiêu chuẩn chất lượng dịch vụ bán lẻ có được thực hiện nghiêm túc không?
- ✓ Trưng bày và trang trí: Trưng bày hàng hoá đã đủ hấp dẫn chưa? Nhân viên bán hàng có triển khai đúng theo hướng dẫn trưng bày không?

2. Tỷ lệ đổi trả hàng = (Số lượng hàng đổi trả/ Tổng số lượng hàng đã bán) * 100

Ví dụ: Một cửa hàng bán 20,000 sản phẩm và bị trả lại 2,000 sản phẩm thì tỉ lệ đổi trả hàng = 10%

» Chỉ số này phản ánh mức độ hài lòng của khách hàng qua số lượng hàng hóa trả lại. Bạn cần đo tỷ lệ này thường xuyên, nếu kết quả tăng lên, cần xem xét

- ✓ Chất lượng sản phẩm có vấn đề gì không?
- ✓ Dịch vụ khách hàng có triển khai tốt không? Đặc biệt ở khâu chăm sóc khách hàng
- ✓ Các chương trình marketing có đúng và thích hợp với sản phẩm không?

3. Doanh số/một giao dịch = Doanh số / Số lượng giao dịch

» Chỉ số này cho biết trung bình 1 giao dịch bán hàng có giá trị bao nhiêu. Giao dịch có giá trị càng cao chứng tỏ 1 khách hàng sẽ chi tiêu nhiều hay đồng nghĩa với việc chất lượng sản phẩm và dịch vụ của bạn đã đáp ứng được nhu cầu của họ. Qua đó, bạn cũng sẽ trả lời được các câu hỏi:

- ✓ Có nên áp dụng các chương trình khuyến mại để thúc đẩy gia tăng giao dịch?
- ✓ Dịch vụ chăm sóc khách hàng và trải nghiệm khách hàng có tốt không?

4. Số khách/một giờ mở cửa hàng = Tổng số khách hàng vào cửa hàng / Số giờ giao dịch

- ✓ Chỉ số này sẽ giúp bạn biết được thời điểm nào nhiều khách mua hàng, vào khoảng thời gian nào thường bán hàng tốt nhất. Qua đó, sẽ chọn được thời gian mở cửa, đưa ra những chương trình khuyến mại như giờ vàng, ngày vàng...
- ✓ Dựa vào khung giờ này chủ cửa hàng điều phối nguồn lực có hiệu quả giữa các khung giờ cao điểm và những khung giờ vắng khách? Không nhất thiết cửa hàng luôn phải có số lượng nhân viên bán hàng cố định.

Lưu ý:

Để tính toán được chỉ số này, cần phải đếm chính xác số lượng khách tới cửa hàng mỗi ngày. Bạn có thể giao cho bảo vệ hoặc nhân viên bán hàng ghi chép lại theo giờ hoặc sử dụng camera đếm khách hàng tự động chính xác tới 90%.



BÁN GIÀY Ở CHÂU PHI

Hai hãng sản xuất giày nọ đang cạnh tranh với nhau, họ cử các nhân viên của mình đến Châu Phi để khảo sát thị trường và tìm kiếm cơ hội mở rộng kinh doanh ở đây.

Nhân viên của công ty thứ nhất sau khi xem xét kỹ tình hình và báo lại về công ty mình rằng **“Người dân ở đây chỉ đi chân đất, nên nếu chúng ta phát triển kinh doanh ở đây sẽ không hiệu quả, không phát triển được”**.

Trong khi đó, nhân viên công ty còn lại thì báo tin về rằng **“Chúng ta cần nhanh chóng phát triển kinh doanh tại đây, nơi này thật lý tưởng để bán giày bởi người dân ở đây chưa ai có giày để đi”**.

Cuối cùng, sau khi công ty thứ hai thiết lập toàn bộ kế hoạch phát triển thị trường ở Châu Phi thì gặt hái được rất nhiều thành công.

BÀI HỌC KINH DOANH

Cùng một sự việc, nhưng nhìn nhận theo những cách khác nhau sẽ đem lại kết quả khác nhau. Người dân Châu Phi đi chân đất chỉ là một thói quen trong điều kiện kinh tế lạc hậu, nếu coi đó là một yếu tố bất biến thì sẽ bỏ qua một thị trường đầy tiềm năng như cách người thứ nhất đã làm. Ngược lại, nhận thấy thói quen đó có thể thay đổi cùng với sự phát triển của nền kinh tế như người thứ hai thì sẽ thành công. Đây là một câu chuyện kinh điển để nhắc nhở về phương pháp đánh giá thị trường.

Hãy không ngừng tìm hiểu, học tập và không ngừng trải nghiệm để tự mình tìm kiếm cơ hội cho chính mình. Chúc bạn thành công!





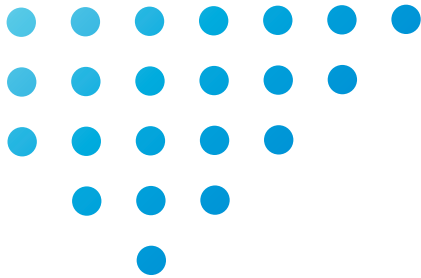
Theo đuổi sứ mệnh “làm cho việc bán hàng trở nên dễ dàng hơn” hơn 10 năm nay, Sapo chúng tôi vẫn luôn nỗ lực từng ngày, miệt mài cập nhật công nghệ, lắng nghe phản hồi của khách hàng, nghiên cứu các giải pháp và mang đến những ứng dụng, phần mềm hữu ích cùng trải nghiệm thân thiện nhất cho khách hàng.

Chúng tôi hiểu rằng, công nghệ là nền tảng, điều quan trọng là người chủ shop cần làm chủ được công nghệ, cũng như những tri thức, kinh nghiệm thực tiễn trau dồi trong quá trình vận hành để nâng tầm thương hiệu của mình.



TRẦN TRỌNG TUYẾN

CEO CÔNG TY CỔ PHẦN CÔNG NGHỆ SAPO



CÔNG TY CỔ PHẦN CÔNG NGHỆ SAPO (SAPO TECHNOLOGY JSC)

Trụ sở Hà Nội

Tầng 6 - Tòa nhà Ladeco - 266 Đội Cấn - Phường Liễu Giai
Quận Ba Đình - Hà Nội

Chi nhánh Hồ Chí Minh

Lầu 3 - Tòa nhà Lữ Gia - Số 70 Lữ Gia - Phường 15
Quận 11 - TP Hồ Chí Minh

Tổng đài tư vấn dịch vụ: **1800 6750**
Tổng đài hỗ trợ khách hàng: **1900 6750**

