



CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO

**DỰ BÁO THỊ TRƯỜNG VÀ KẾ HOẠCH
BÁN HÀNG**

MỤC TIÊU KHOÁ HỌC

Sau khi hoàn tất thành công chương trình học này, học viên sẽ được:

- Hiểu về vai trò và ý nghĩa của dự báo thị trường & kế hoạch bán hàng;
- Biết cách làm thế nào để phát hiện và phát huy lợi thế cạnh tranh của doanh nghiệp;
- Biết cách xây dựng kế hoạch bán hàng;
- Xây dựng lộ trình phát triển với chiến lược dài hạn, biện pháp phòng tránh rủi ro và các tình trạng bị động, đối phó với các khó khăn ngắn hạn
- Biết cách tổ chức bộ máy tối ưu trong doanh nghiệp nhằm nâng cao hiệu quả kinh doanh thông qua việc phối hợp các quyết định, tăng cường sự gắn kết chiến thuật giữa các phòng ban;
- Hiểu rõ phương pháp luận và tư duy nền tảng về nghệ thuật kinh doanh và kỹ năng quản trị doanh nghiệp để áp dụng vào thực tế.

ĐỐI TƯỢNG THAM DỰ

- Giám đốc, Phó giám đốc phụ trách kinh doanh;
- Trưởng phòng kinh doanh, sản xuất, quản lý tài chính, marketing;
- Đội ngũ quản lý cấp trung của doanh nghiệp;
- Các cá nhân có nhu cầu nâng cao kỹ năng chuyên môn về nghiệp vụ bán hàng, quản lý bán hàng.

THỜI LƯỢNG CHƯƠNG TRÌNH

4 buổi (3 giờ/buổi)

NỘI DUNG CHƯƠNG TRÌNH

1. Vai trò và ý nghĩa của dự báo thị trường

- Tại sao cần dự báo thị trường?
- Các phương pháp dự báo thị trường;
- Tiến trình dự báo thị trường;
- Tình huống dự báo thị trường.

TRỤ SỞ CHÍNH

284 - 286 Hoàng Văn Thụ, P.4,
Q. Tân Bình, Tp. Hồ Chí Minh

CHI NHÁNH 1

02, D9, P. Chánh Nghĩa
Tp. Thủ Dầu 1, Bình Dương

CHI NHÁNH 2

102A, Lê Hồng Phong, Phường 4,
Bà Rịa - Vũng Tàu, Tp. Vũng Tàu

CHI NHÁNH 3

28 - 33, Phạm Ngọc Thạch,
Q. Ninh Kiều, Tp. Cần Thơ

CHI NHÁNH 4

34 Trần Phú,
P. Vĩnh Nguyên, Tp. Nha Trang

2. Nghiên cứu và phát triển

- Phương pháp hoàn thành dự án tối ưu nhất;
- Cách thức phân bổ ngân sách cho dự án hợp lý và hiệu quả nhất;
- Xác định mức độ thành công và rủi ro khi nghiên cứu một sản phẩm mới;
- Tư duy về định vị sản phẩm, xác định vị thế của sản phẩm đang có trên thị trường.

3. Xây dựng chiến lược và kế hoạch bán hàng

- Phân tích những yếu tố quan trọng trong việc xây dựng dự báo bán hàng;
- Thiết lập và thực nghiệm các mô hình dự báo bán hàng;
- Tình huống chiến lược bán hàng;
- Tình huống kế hoạch bán hàng;
- Thiết lập và quản trị hệ thống bán hàng;

4. Quản lý thị trường và đo lường tiếp thị

- Quản lý thị trường:
 - ✓ Xây dựng hệ thống;
 - ✓ Thiết lập quy chuẩn;
 - ✓ Tối đa hóa hiệu suất;
- Đo lường tiếp thị:
 - ✓ Mục tiêu cốt lõi;
 - ✓ Mục đích & đo lường thành tích;
 - ✓ 5 phương pháp đo lường tiếp thị truyền thông.

5. Tổ chức các hoạt động thương mại trong kế hoạch bán hàng:

- Các hoạt động hỗ trợ bán hàng;
- Kinh doanh trong thời đại mới;
- Mô hình 3Cs – khách hàng là trọng tâm;
- Tăng trưởng qua mở rộng phân phối;
- Xu hướng tiêu dùng tại Việt Nam và Thế giới.

BAN GIẢNG HUẤN**TS. Nguyễn Chí Bình**

- Tiến sĩ Quản Trị Kinh Doanh (PhD) Massachusetts Institute of Technology (MIT), Hoa Kỳ.
- Hiện nay là Giám đốc Chiến lược và Kinh doanh. Tập đoàn MAN Automoblíe Asia Pacific LTD, Đức. Phụ trách thị trường: Vietnam, Indonesia, Thailand, Indonesia, Malaysia, Hong kong.
- Nguyên là Phó Giám đốc Kinh doanh – Mercedes Benz Việt Nam (1997 – 2004).
- Nguyên là Trưởng phòng Kinh doanh - Honda Việt Nam.

TRỤ SỞ CHÍNH

284 - 286 Hoàng Văn Thụ, P.4,
Q. Tân Bình, Tp. Hồ Chí Minh

CHI NHÁNH 1

02, D9, P. Chánh Nghĩa
Tp. Thủ Dầu 1, Bình Dương

CHI NHÁNH 2

102A, Lê Hồng Phong, Phường 4,
Bà Rịa - Vũng Tàu, Tp. Vũng Tàu

CHI NHÁNH 3

28 - 33, Phạm Ngọc Thạch,
Q. Ninh Kiều, Tp. Cần Thơ

CHI NHÁNH 4

34 Trần Phú,
P. Vĩnh Nguyên, Tp. Nha Trang