

LOGO	COMPANY NAME Adress: Phone: Email:	Code :
		Version : 5.0
		Dated :
		Page : Page 1 of 2
Document name:		

MÔ TẢ CÔNG VIỆC TRƯỞNG PHÒNG BÁN HÀNG

Bộ phận	Phòng bán hàng
Chức danh	Trưởng phòng bán hàng
Mã công việc	BH-TP
Cán bộ quản lý trực tiếp	Giám đốc bán hàng

1. Trách nhiệm :

- Quản trị đội ngũ chào hàng: Huấn luyện nhân viên chào hàng, Thiết lập các tiêu chuẩn về kết quả hoạt động, Phát triển các nhân viên chào hàng, Khuyến khích các nhân viên chào hàng, đánh giá các nhân viên chào hàng.
- Đảm bảo mục tiêu doanh thu: Thiết lập các mục tiêu kinh doanh theo yêu cầu của Giám đốc bán hàng gồm: dự đoán và phát triển các chỉ tiêu kinh doanh hàng năm cho khu vực; lập dự án doanh số và lợi nhuận cho các sản phẩm hiện có và sản phẩm mới. Thực hiện các chương trình kinh doanh trong nước bằng việc phát triển các kế hoạch hành động. Duy trì số lượng kinh doanh, hỗn hợp các sản phẩm và giá bán nhằm giữ mức cung cầu hiện thời, thay đổi khuynh hướng, đường lối kinh doanh và đối thủ cạnh tranh. Thiết lập và điều chỉnh giá bán bằng việc kiểm tra giá cả, sự cạnh tranh, cung cầu. Cân đối chỉ tiêu doanh thu cho từng kênh bán hàng.
- Quản trị hành chính: Quản trị hành chính văn phòng bán hàng, Tăng cường thực hiện chính sách của công ty và giao thiệp tại khu vực hoạt động, Phối hợp các hoạt động khác của công ty,Viết báo cáoTổ chức các cuộc họp. Quản lý và sử dụng có hiệu quả các trang thiết bị, tài sản được giao, đề xuất ý kiến sửa chữa thay thế hay thanh lý với công ty.
- Tiếp thị: Phát triển việc kinh doanh mới, Sự báoThu nhập và đánh giá thông tin về cạnh tranh, về khách hàng và thị trường, Bán hàng bằng cách tiếp xúc trực tiếp, Tự mình bán hàng cho khách hàng, Gọi điện thoại để bán hàng cùng với cá nhân viên chào hàng.
- Tài chính: Lập kế hoạch dự toán ngân quỹ trình Giám đốc bán hàng xem xét. Thực hiện theo kế hoạch ngân quỹ của công ty.

2. Quyền hạn:

- Tuyển dụng, kỷ luật, khen thưởng, nâng lương, điều động, cấp phép nhân viên bán hàng, cửa hàng trưởng, giám sát bán hàng.
- Đề xuất các chiến lược kinh doanh của công ty.
- Quyết định phân chia chỉ tiêu doanh số bán hàng các đơn vị trực thuộc.
- Có quyền tiếp nhận và điều động nhân sự trong phạm vi bộ phận kinh doanh.
- Đề nghị công ty bảo nhiệm, miễn nhiệm cán bộ từ Trưởng nhóm trở xuống.

3. Môi quan hệ của trưởng phòng bán hàng:

3.1. Quan hệ bên trong:

- Các mô hình quan hệ bên trong diễn tả quá trình tiếp diễn giữa người trưởng phòng và các phòng khác nhau. Trong đó, trưởng phòng bán hàng có thể có liên hệ với những người và bộ phận sau:

LOGO	COMPANY NAME Adress: Phone: Email:	Code :
		Version : 5.0
		Dated :
		Page : Page 2 of 2
Document name:		

- o Phòng kế toán để giải quyết vấn đề khách hàng hoặc giải quyết tình trạng rắc rối trong sổ sách của một số nhân viên chào hàng.
- o Phòng tổ chức nhân sự để hỗ trợ việc mô tả công việc đại diện bán hàng, xây dựng kế hoạch tuyển dụng nhằm đạt được mục tiêu và đáp ứng cơ hội hoặc để kiểm soát tính đúng đắn của chế độ y tế và nghỉ hưu của một nhân viên chào hàng.
- o Phòng marketing để tuyên đạt và nhận được thông tin về sản phẩm mới, xu hướng, thị trường và cạnh tranh.
- o Phòng vận chuyển để xác định yêu cầu giao hàng cho khách hàng như thời gian giao hàng hoặc thời gian giao hàng đặc biệt.
- o Phòng nghiên cứu và phát triển để tìm hiểu về kết quả hoạt động của khu vực, các đặc điểm sản phẩm và các vấn đề thực hiện sản phẩm.

3.2. Quan hệ bên ngoài:

- Trưởng phòng bán hàng sẽ phát triển và duy trì các quan hệ kinh doanh được mở rộng ra khỏi cơ cấu tổ chức chính thức. Những mối quan hệ này là một bộ phận của công việc và có thể bao gồm gần như toàn bộ quan hệ thường xuyên và/hoặc tạm thời với các cá nhân và tổ chức bên ngoài công ty. Các quan hệ này có thể được phân thành những loại sau:
 - o Các nhà cung cấp như các công ty vận tải, các công ty dịch vụ tại trường học và những nhà cung cấp thiết bị
 - o Các khách hàng phân phối và/hoặc tiêu thụ sản phẩm của công ty. Phần lớn những quan hệ này được duy trì như một bộ phận của những cuộc gọi điện thoại của nhân viên chào hàng.
 - o Các đối thủ cạnh tranh thường cũng hiểu nhau rất rõ. Về mặt đạo đức và pháp lý các giám đốc phải thận trọng với những quan hệ này. Các công ty ngày càng lo lắng về những quan hệ có tính cạnh tranh ngay cả ở những mức độ “thấp” trong tổ chức.
 - o Những tổ chức chuyên môn như Hội bảo vệ người tiêu dùng, hội marketing,... đưa ra quyền làm hội viên, sự huấn luyện và các mối liên hệ với những giám đốc bán hàng khác.
 - o Các tổ chức doanh nghiệp tổng hợp mang đến cho giám đốc bán hàng các mối quan hệ cơ hội giới thiệu công ty ở mọi mức độ của cộng đồng địa phương.

4. Tiêu chuẩn công việc:

- Tốt nghiệp đại học quản trị kinh doanh / marketing
- Đã qua công tác thực tiễn quản lý bộ phận kinh doanh trong 4 năm trở lên, có ít nhất 1 năm kinh nghiệm ở vị trí tương đương.
- Đọc hiểu và giao tiếp thông thường bằng tiếng Anh.
- Sử dụng thành thạo vi tính.