

QUI TRÌNH BÁN HÀNG CỦA SREP

. INPUT

- Nhiệm vụ cấp trên giao:
 - ③ Chỉ tiêu bán hàng trong tháng/quí
 - Những thông tin cần thu thập
 - Những báo cáo cần ghi nhận và nộp cho cấp trên
- Chiến lược bán hàng do cấp trên phổ biến
- Bảng giá sản phẩm
- Nội dung chương trình khuyến mại trong tháng (nếu có)
- Thông tin về thị trường, đối thủ cạnh tranh (thu thập qua các buổi họp sales)
- Khoá huấn luyện Srep của Công ty
- ③ Kiến thức sản phẩm
- ③ Kiến thức về kênh phân phối
- ③ Kiến thức về Công ty
- ③ Kiến thức về thị trường Nước giải khát
 - Các công ty
 - Đặc điểm thị trường được phân công
- ③ Kỹ năng bán hàng
- ③ Các Form:
 - Báo cáo ngày
 - Báo cáo đặc biệt
 - Bảng đánh giá kỹ năng
 - Bảng nhận xét thực hiện công việc

. STEPS

- Chuẩn bị và lên kế hoạch
- Mở đầu
- Trình bày
 - Đàm phán
 - Giải quyết phản đối
- Kết thúc

. OUTPUT

- Bảng tự đánh giá
- Bảng nhận xét cuộc viếng thăm của cấp trên/Field trainer
- Đơn đặt hàng của khách hàng cho đại lý C2 hoặc C3 (tùy khu vực kinh doanh)
 - ③ Khi hệ thống phân phối được thay đổi trong tương lai, Công ty sẽ sử dụng đơn đặt hàng.
- Đơn đặt hàng cho đại lý cấp 1 của cấp 2
- Báo cáo ngày
- Thẻ khách hàng
- Báo cáo đặc biệt
- Bảng đề nghị/Sáng kiến cải tiến công việc
- Lịch viếng thăm sắp tới
- ③ Sau quý bán hàng đầu tiên, SREP phải lập một danh sách những khách hàng trọng tâm, để có thể lên lịch theo hình thức PJP (Permament Journey Plan), nghĩa là: **Đúng ngày đó, giờ đó phải đến đúng khách hàng đó.**
- ③ Công ty đang nghiên cứu một qui trình bán hàng lưu động, dự kiến tung ra trong quý 4. Lúc đó sẽ có qui trình riêng.
- ③ Để đáp ứng mục tiêu kinh doanh, công ty có thể áp dụng một qui trình đặc biệt của Nhóm bán hàng lưu động. Nhóm này sẽ thực hiện theo một qui trình riêng.

