

TRƯỜNG: ĐH CNTT - ĐHQG TP.HCM

HỆ THỐNG QUẢN TRỊ QUY TRÌNH NGHIỆP VỤ

GVHD: ThS. Hà Lê Hoài Trung

Nhóm sinh viên thực hiện:

- Trần Tiến - 24410239
- Nguyễn Tri Thủy Dương - 24410146
- Nguyễn Hoàng Tài - 24410221
- Võ Văn Quý - 24410219
- Đinh Hồng Châu - 24730177
- Bùi Anh Quốc - 24410218

Công ty Cổ Phần Thương Mại - Dịch Vụ Phong Vũ
Lĩnh vực: Bán lẻ các sản phẩm công nghệ thông tin



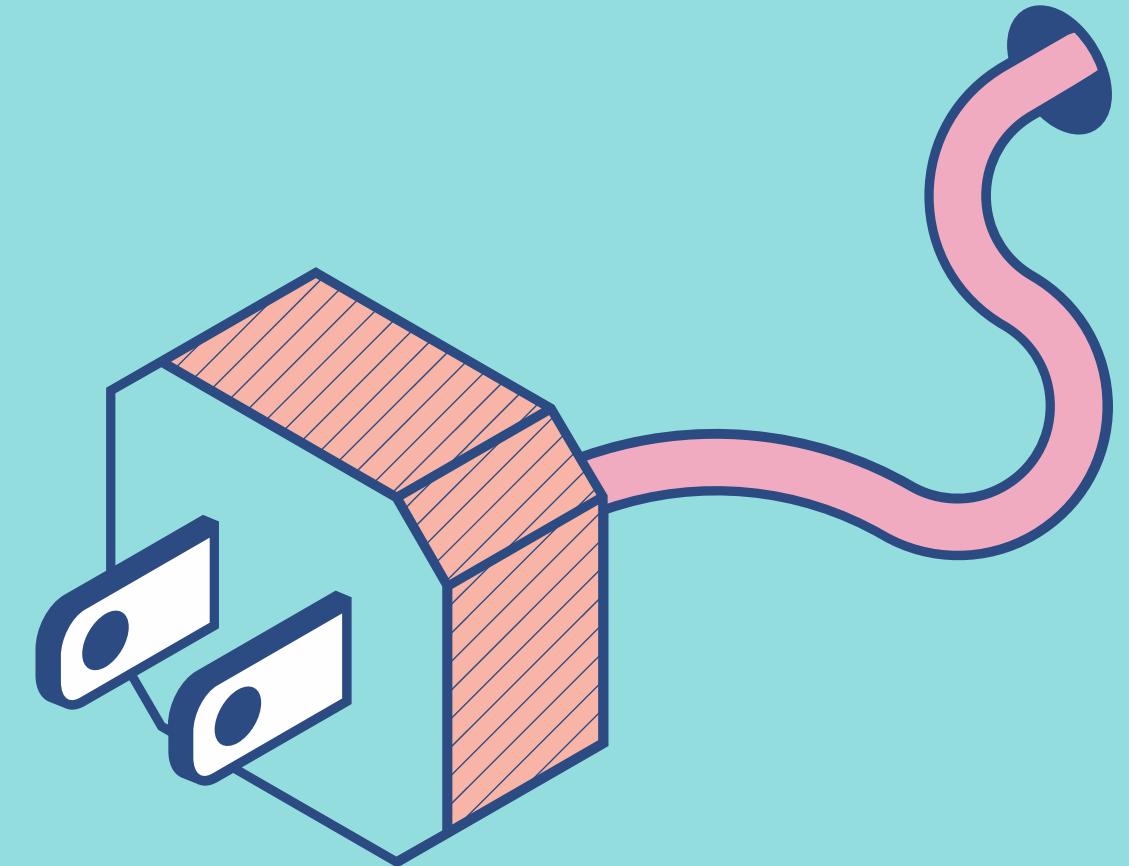
Công ty Cổ Phần Thương Mại - Dịch Vụ Phong Vũ

- ĐỊA CHỈ TRỤ SỞ CHÍNH:
• TẦNG 5, SỐ 117-119-121 NGUYỄN DU, PHƯỜNG BẾN THÀNH, THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH
- VĂN PHÒNG ĐIỀU HÀNH MIỀN BẮC:
• TẦNG 2, SỐ 47 PHỐ THÁI HÀ, PHƯỜNG TRUNG LIỆT, QUẬN ĐỐNG ĐA, THÀNH PHỐ HÀ NỘI
- VĂN PHÒNG ĐIỀU HÀNH MIỀN NAM:
• 677/2A ĐIỆN BIÊN PHỦ, PHƯỜNG 25, QUẬN BÌNH THẠNH, TP. HỒ CHÍ MINH

- THÀNH LẬP NĂM 1997 TẠI TP.HCM TỪ MỘT CỬA HÀNG NHỎ KINH DOANH MÁY TÍNH
- ĐẾN NĂM 2018, HỢP TÁC CÙNG TEKSHOP ĐỂ HIỆN ĐẠI HÓA HỆ THỐNG PHÂN PHỐI
- NGÀNH NGHỀ CHÍNH: BÁN LẺ THIẾT BỊ CÔNG NGHỆ, LINH KIỆN, THIẾT BỊ GAMING, THIẾT BỊ VĂN PHÒNG
- HỆ THỐNG SHOWROOM PHỦ KHẮP TOÀN QUỐC, HƠN 36 CHI NHÁNH TÍNH ĐẾN NĂM 2025
- ĐỐI TÁC CHIẾN LƯỢC: DELL, HP, ASUS, APPLE, MSI, SAMSUNG, LOGITECH...
- TẦM NHÌN: TRỞ THÀNH NHÀ BÁN LẺ ĐA KÊNH HÀNG ĐẦU TẠI VIỆT NAM
- MÔ HÌNH KINH DOANH: OMNI-CHANNEL KẾT HỢP ONLINE (WEBSITE PHONGVU.VN) VÀ OFFLINE (SHOWROOM)

CƠ CẤU TỔ CHỨC DOANH NGHIỆP

- **Cấu trúc tổ chức chia thành 2 khối lớn:**
 - a. **Khối cửa hàng:** tập trung vào vận hành trực tiếp với khách hàng
 - Bán hàng, kho, kỹ thuật, thu ngân, CSKH
 - b. **Khối văn phòng:** chịu trách nhiệm chiến lược, vận hành nội bộ
 - Gồm các phòng ban như: Kinh doanh, Marketing, Website, ERP, Tài chính, Nhân sự, IT
- Hội đồng Quản trị và Ban Tổng Giám đốc giữ vai trò điều hành chiến lược và kiểm soát
- Phối hợp giữa các phòng ban đảm bảo tính liên kết và hiệu quả hoạt động doanh nghiệp

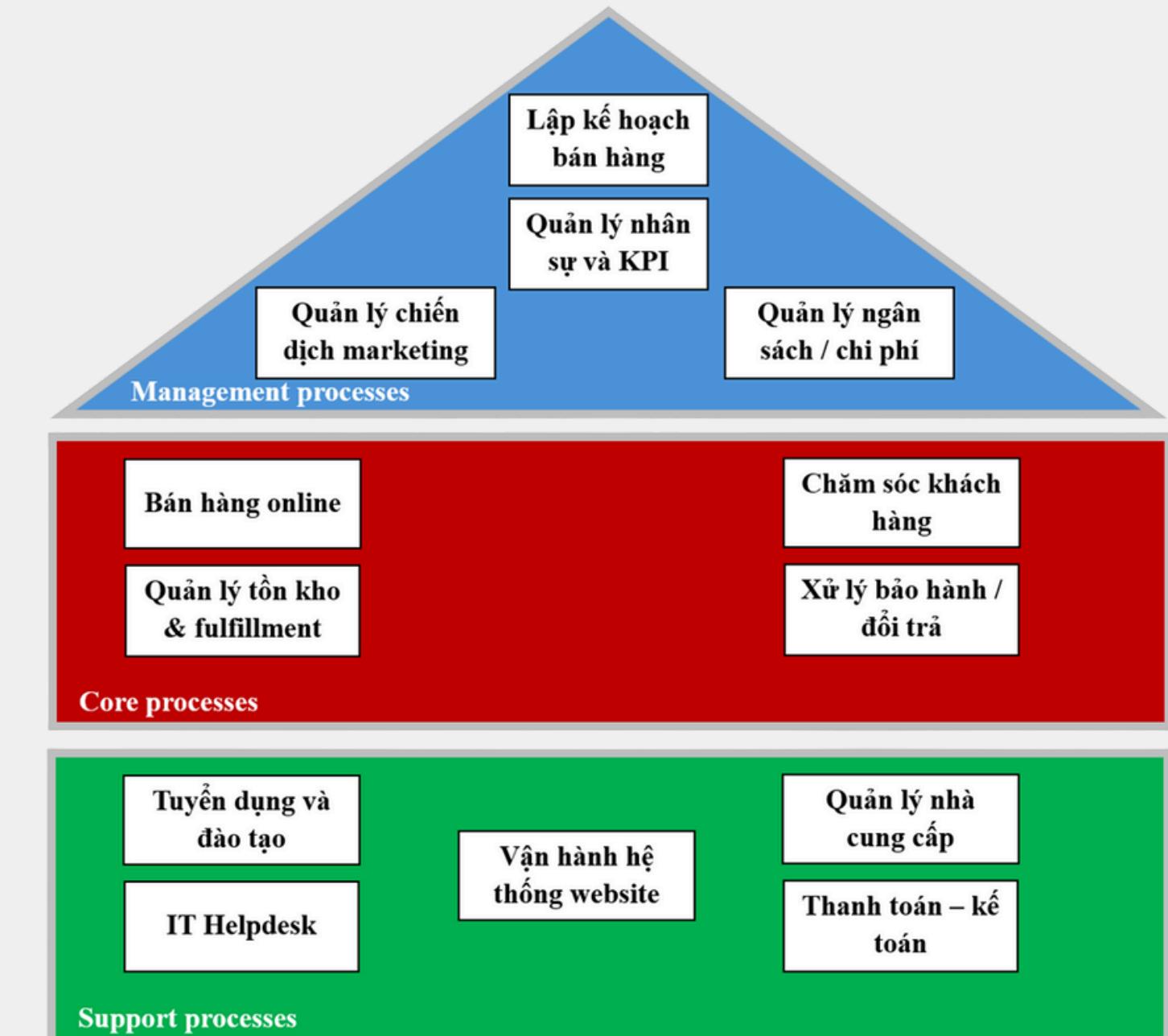


KIẾN TRÚC HỆ THỐNG QUY TRÌNH NGHIỆP VỤ

Hệ thống quy trình nghiệp vụ được chia làm 3 nhóm chính:

- Quản lý: Kế hoạch bán hàng, chiến dịch marketing, KPI, ngân sách
- Lõi: Bán hàng online, xử lý đơn, tồn kho, fulfillment, CSKH
- Hỗ trợ: IT Helpdesk, tuyển dụng, kế toán, quản lý NCC, quản trị hệ thống

Kiến trúc quy trình được thể hiện qua sơ đồ tổng thể giúp đảm bảo hoạt động xuyên suốt





Bắt đầu khi
khách hàng truy
cập vào website
hoặc app Phong
Vũ để tìm kiếm
sản phẩm

Nếu cần, khách
có thể gửi yêu
cầu tư vấn →
chuyển đến bộ
phận CSKH hỗ
trợ

Khi đặt hàng,
CSKH xác minh
thông tin người
nhận, thời gian,
địa chỉ giao

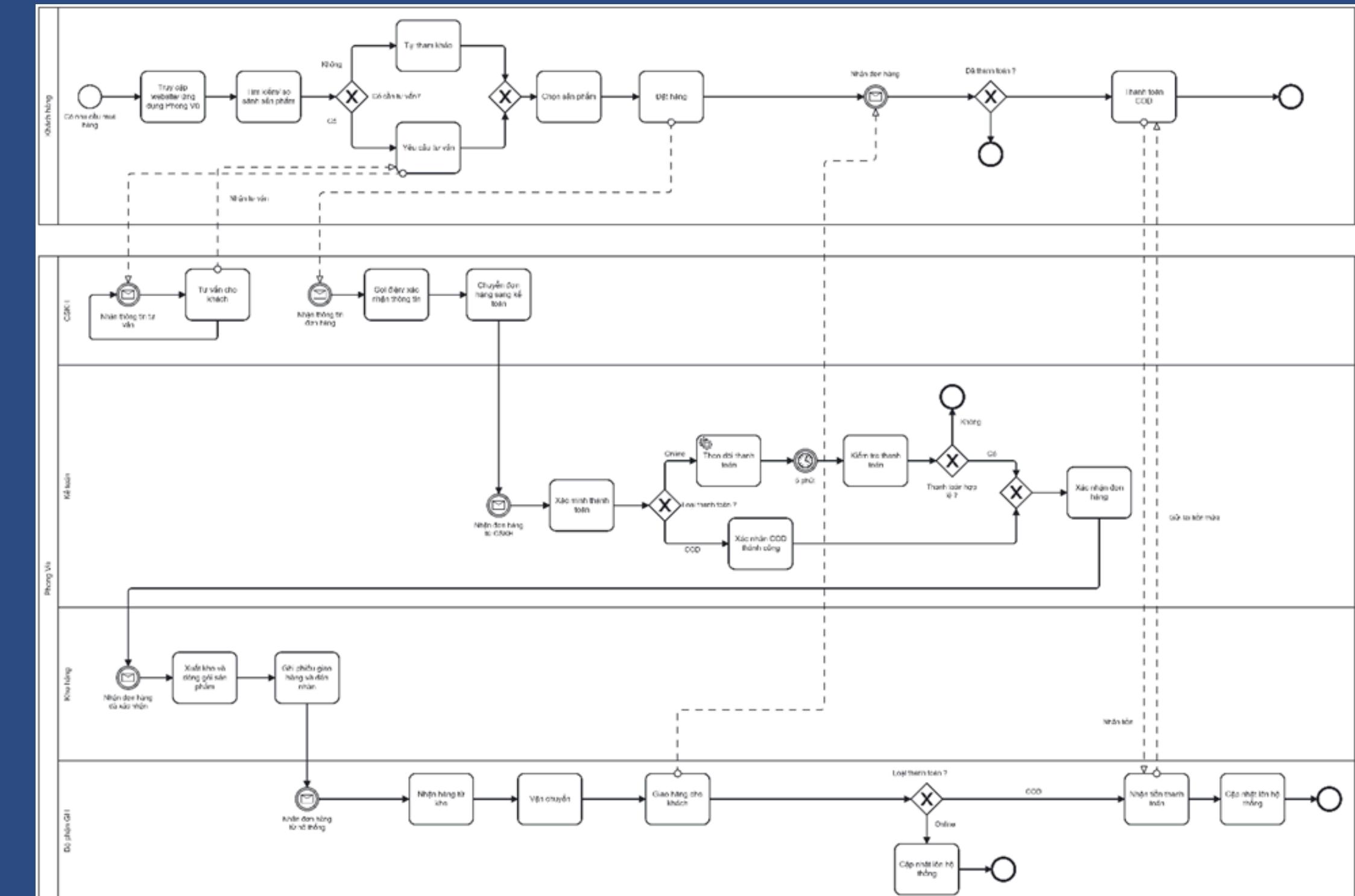
Kế toán kiểm tra
phương thức
thanh toán: nếu là
COD → duyệt
nhanh, nếu online
→ hệ thống theo
dõi trạng thái
giao dịch

Sau khi xác
nhận, đơn hàng
chuyển sang kho
để đóng gói sản
phẩm

Giao hàng đến
khách, cập nhật
trạng thái đơn
hàng là hoàn
tất

PHÂN TÍCH QUY TRÌNH BÁN HÀNG ONLINE

- TÁC NHÂN: KHÁCH HÀNG, CSKH, KẾ TOÁN, KHO, GIAO HÀNG
- THỜI GIAN XỬ LÝ ĐƠN TRUNG BÌNH: 81 PHÚT
- CHI PHÍ XỬ LÝ TRUNG BÌNH: ~73.300 VNĐ
- ƯU ĐIỂM: HỖ TRỢ ĐA KÊNH, QUY TRÌNH XỬ LÝ TỰ ĐỘNG HÓA MỘT PHẦN
- NHƯỢC ĐIỂM: VẪN PHỤ THUỘC XÁC NHẬN THỦ CÔNG TỪ CSKH, IN PHIẾU, DÁN NHÃN THỦ CÔNG
- LÃNG PHÍ CHÍNH: THỜI GIAN CHỜ XÁC NHẬN, XỬ LÝ LẮP, THAO TÁC GIẤY TỜ
- HIỆU SUẤT ĐẠT: 80.15%



BPMN Quy trình mua hàng online



Kích hoạt kiểm kê kho định kỳ (tháng/quý) hoặc kiểm kê đột xuất

Kho in báo cáo tồn kho từ hệ thống ERP → kiểm kê thực tế

Nếu số liệu lệch: lập biên bản chênh lệch, trình lên Ban giám đốc

Sau phê duyệt
→ kế toán cập nhật số liệu hệ thống

Hỗ trợ các nghiệp vụ fulfillment: nhập hàng, xuất hàng, điều chuyển nội bộ

Quy trình BPMN Quản lý tồn kho & Fulfillment

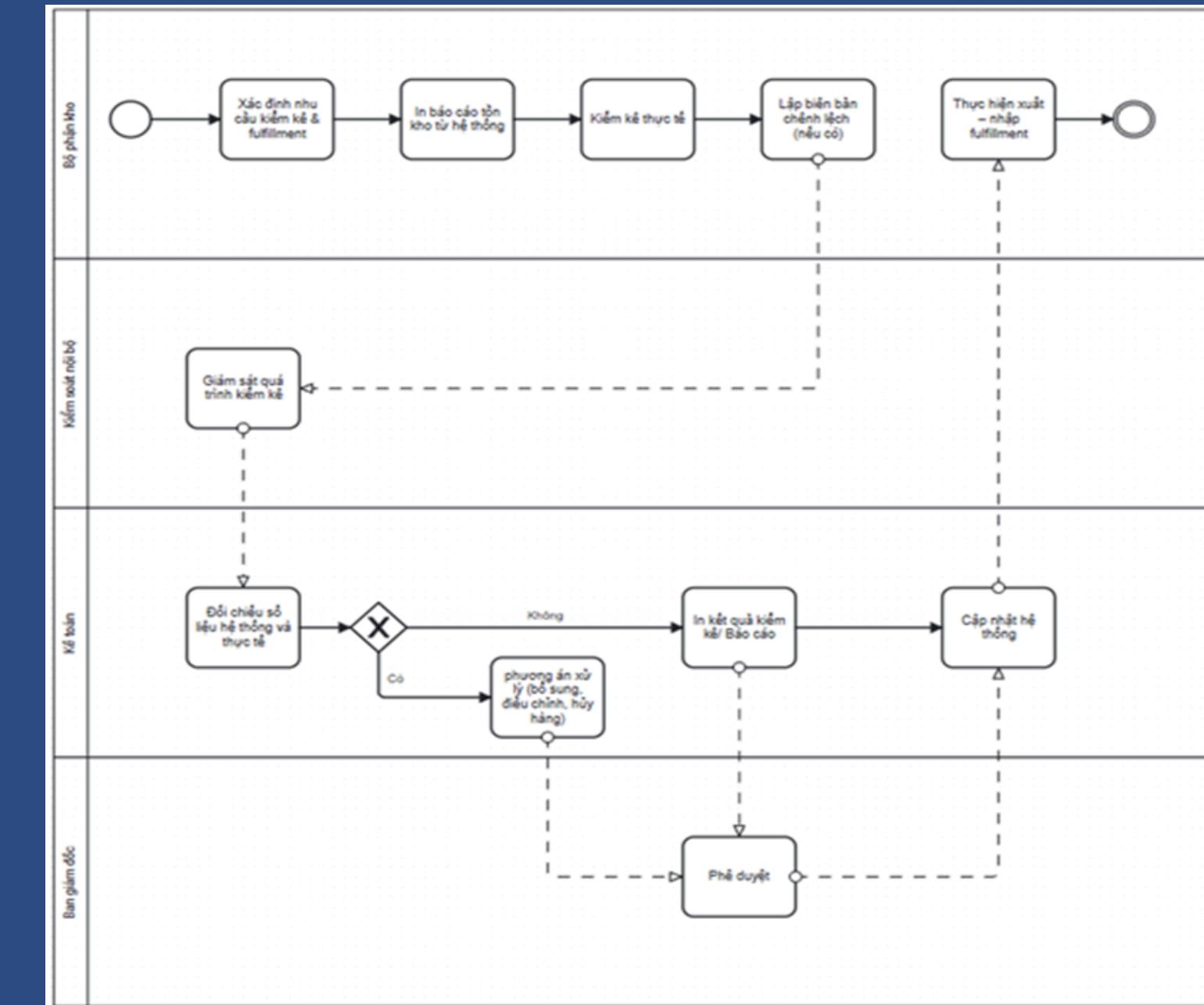
- TỔNG THỜI GIAN THỰC HIỆN: 12.1 GIỜ/LƯỢT KIỂM KÊ
- HIỆU SUẤT XỬ LÝ ĐẠT 100% (NẾU KHÔNG CÓ CHỜ PHÊ DUYỆT)
- CHI PHÍ NHÂN CÔNG: ~618.125 VNĐ

1. ƯU ĐIỂM:

- QUẢN LÝ KHO CHÍNH XÁC, PHẢN ÁNH ĐÚNG TÌNH TRẠNG HÀNG HÓA
- DỮ LIỆU ĐƯỢC CẬP NHẬT KỊP THỜI VÀ LƯU TRỮ MINH BẠCH

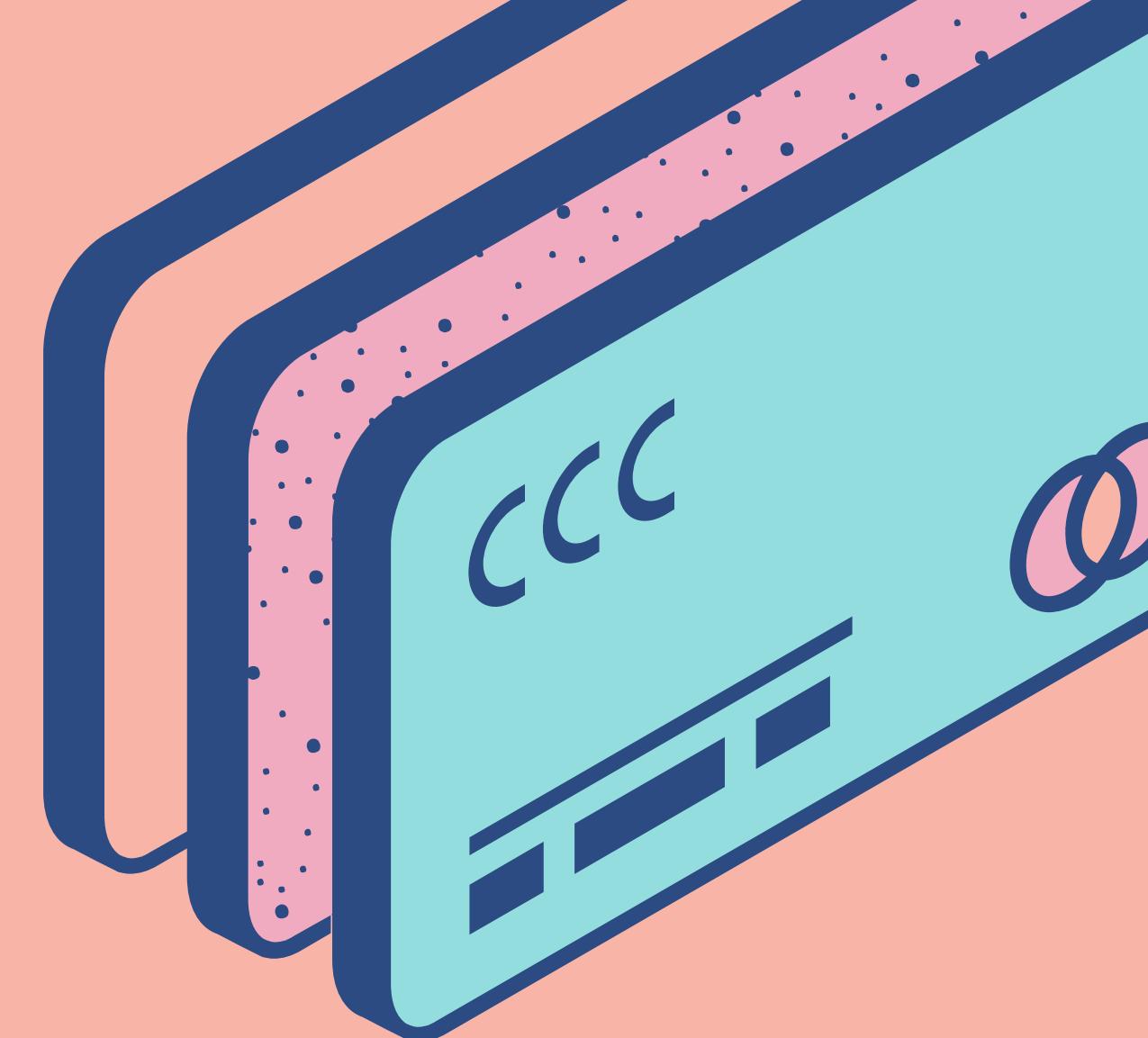
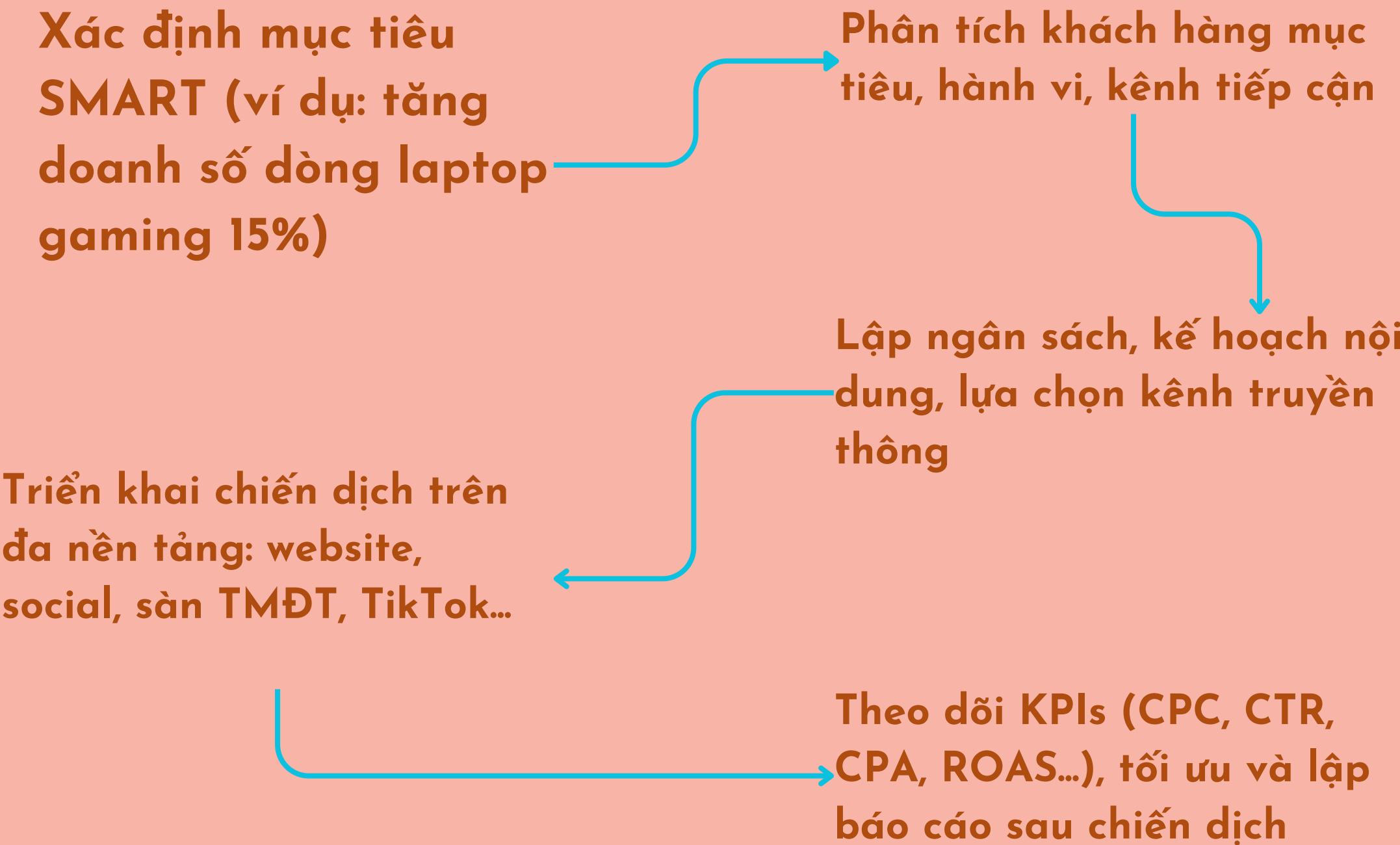
2. HẠN CHẾ:

- THỜI GIAN CHỜ PHÊ DUYỆT VẪN TỒN TẠI
- QUY TRÌNH IN PHIẾU VÀ ĐỔI CHIẾU THỦ CÔNG



Quy trình BPMN Quản lý tồn kho & Fulfillment

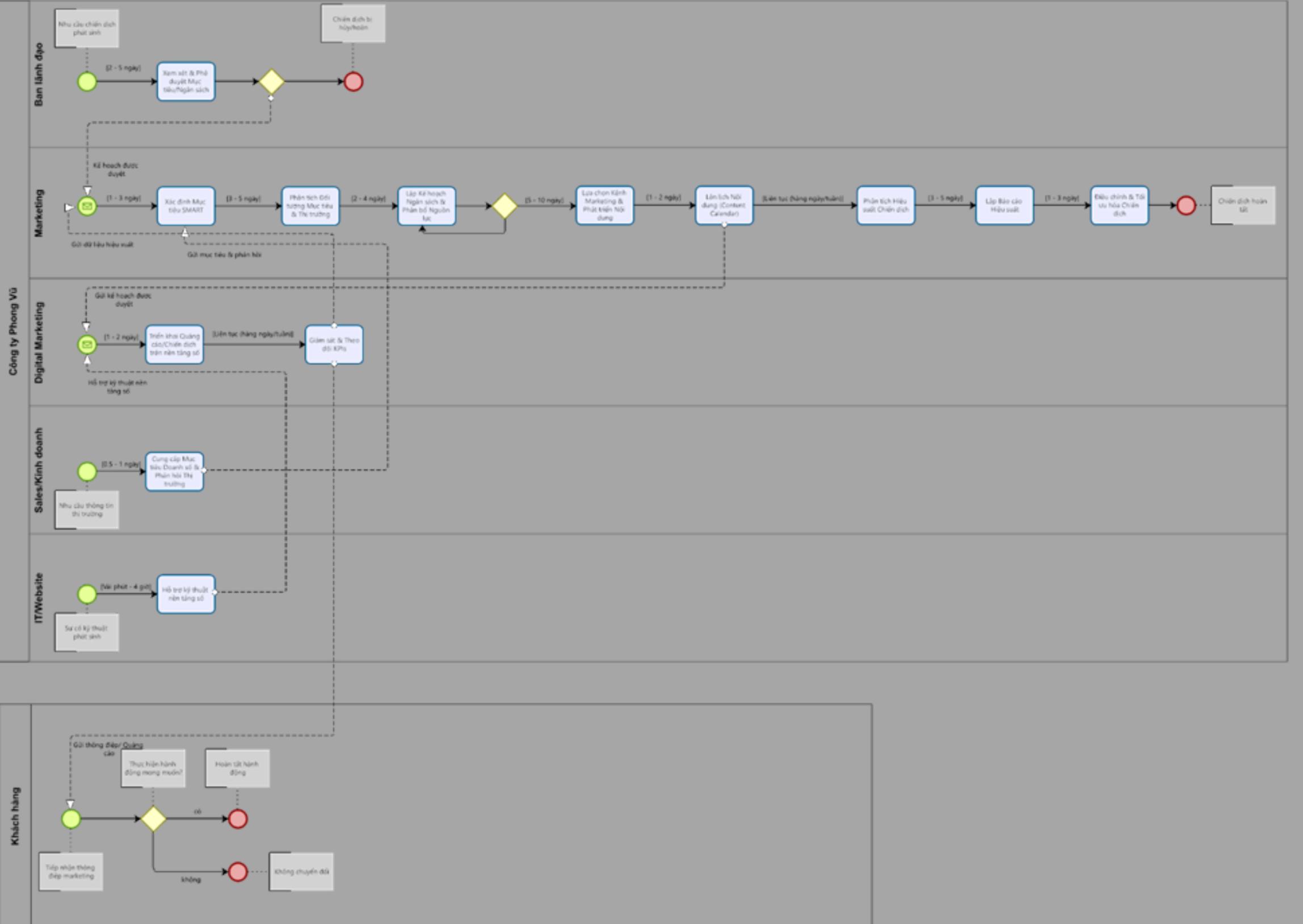
QUY TRÌNH 3 - QUẢN LÝ CHIẾN DỊCH MARKETING

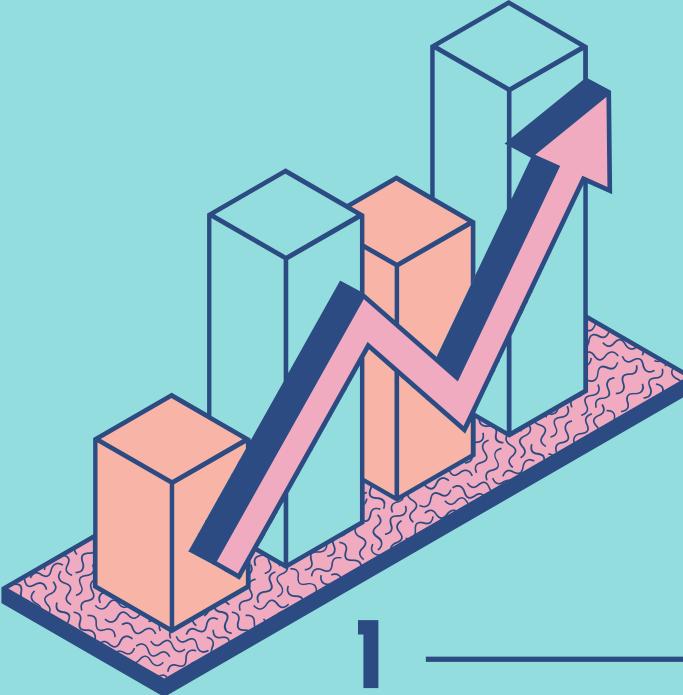


PHÂN TÍCH CHIẾN DỊCH MARKETING

- CHU KỲ: 17-34 NGÀY/CHIẾN DỊCH
- HIỆU SUẤT THỜI GIAN TRUNG BÌNH: 72.5%
- CHI PHÍ NHÂN CÔNG ƯỚC TÍNH: ~31 TRIỆU VNĐ/CHIẾN DỊCH
- ƯU ĐIỂM:
 - TĂNG NHẬN DIỆN THƯƠNG HIỆU VÀ CHUYỂN ĐỔI DOANH SỐ
 - HỆ THỐNG KPI GIÚP ĐO LƯỜNG HIỆU QUẢ RÕ Ràng
- HẠN CHẾ:
 - CHỜ DUYỆT NỘI DUNG VÀ NGÂN SÁCH LÂU
 - PHÂN TÍCH QUÁ SÂU CÁC CHIẾN DỊCH NHỎ GÂY MẤT CÂN BẰNG

Quy trình BPMN Quản lý chiến dịch marketing





QUY TRÌNH 4 - LẬP KẾ HOẠCH BÁN HÀNG

1 ————— 2 ————— 3 ————— 4 ————— 5 ————— 6

Bắt đầu bằng việc thu thập dữ liệu: doanh thu lịch sử, xu hướng, hàng tồn

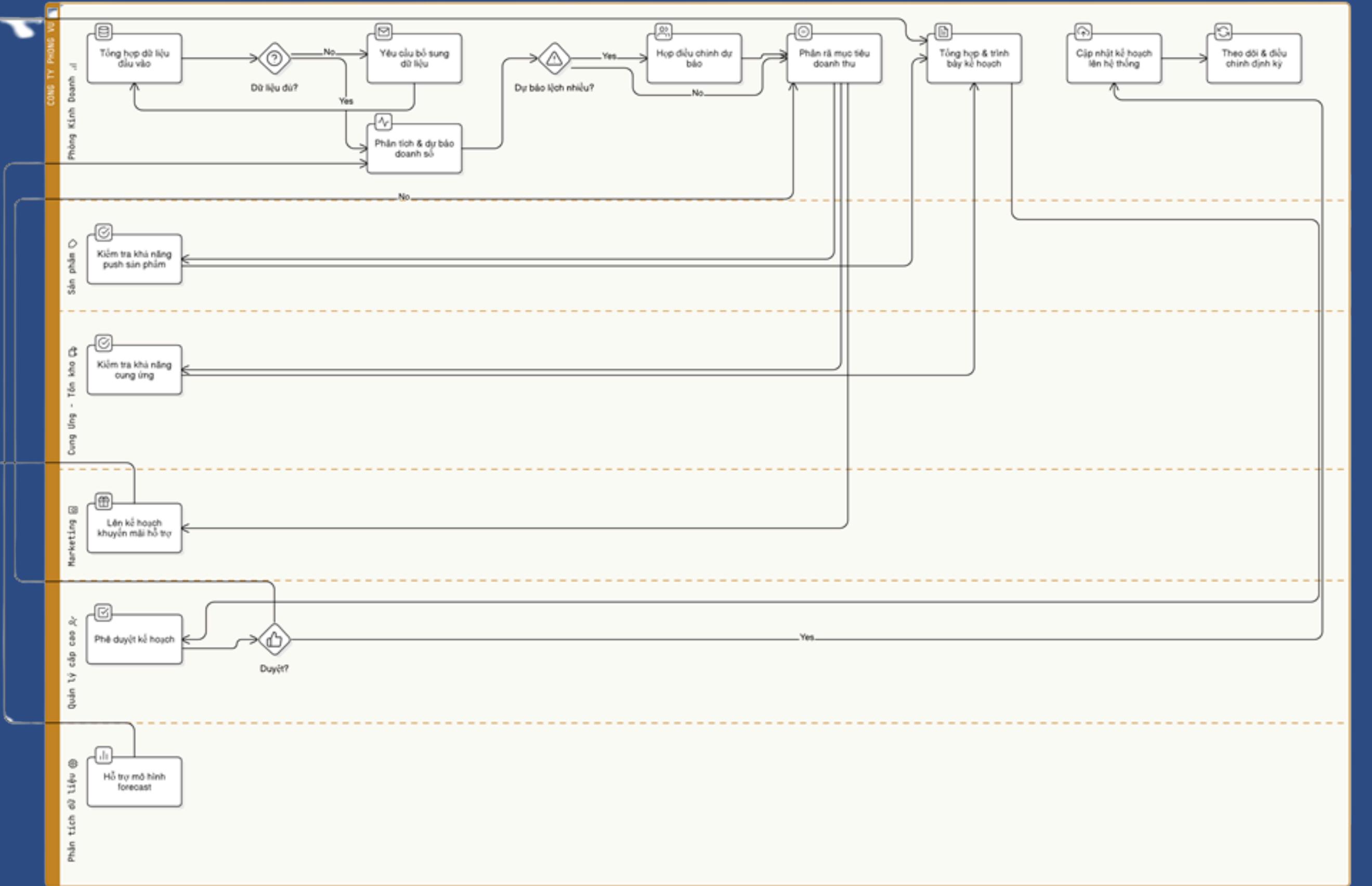
Dự báo nhu cầu bằng mô hình hoặc ước lượng kinh nghiệm

Phân rã chỉ tiêu theo: danh mục, kênh bán, khu vực

Hợp để phối hợp các bộ phận: sản phẩm, tồn kho, marketing, tài chính

Tổng hợp thành kế hoạch → Ban lãnh đạo phê duyệt

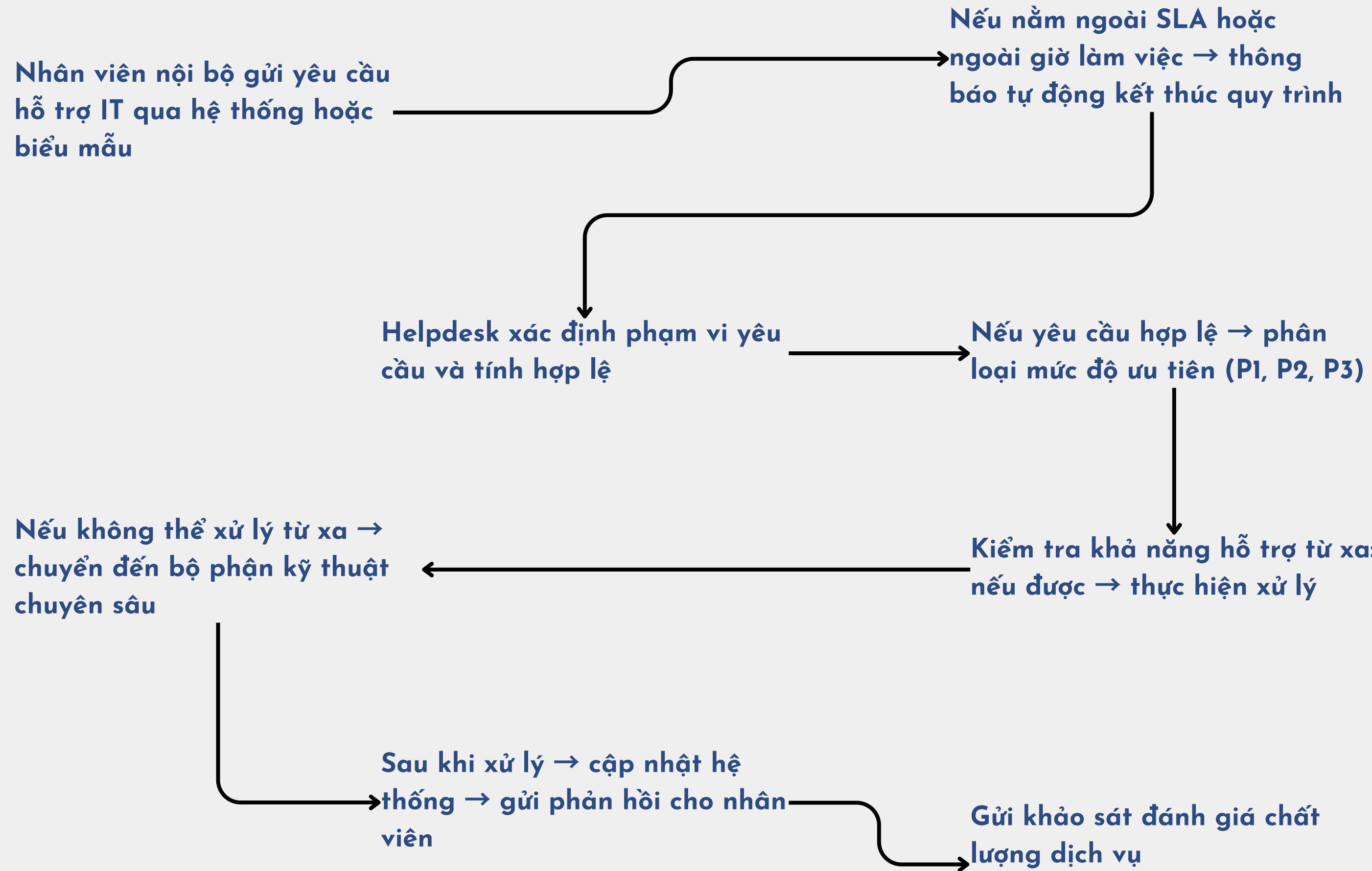
Cập nhật hệ thống và theo dõi điều chỉnh theo tuần

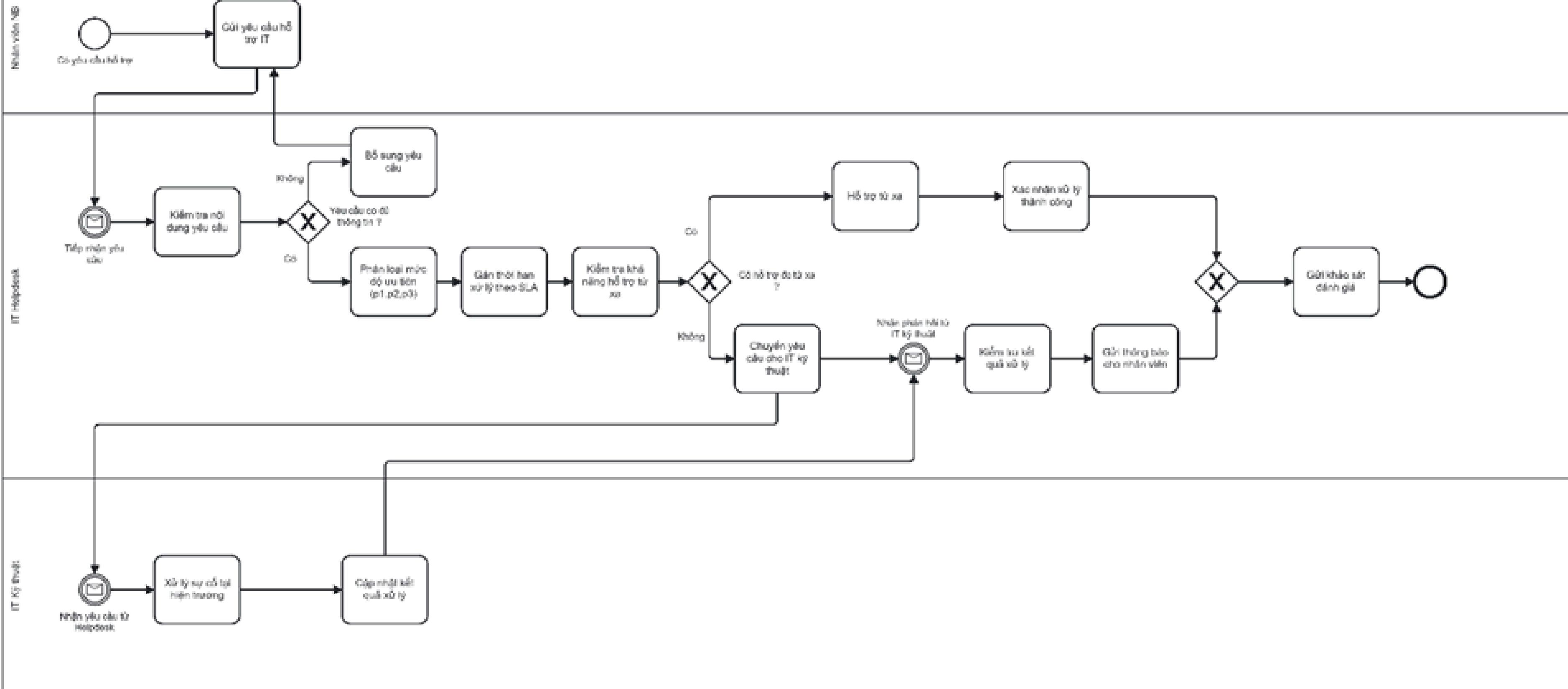


PHÂN TÍCH KẾ HOẠCH BÁN HÀNG

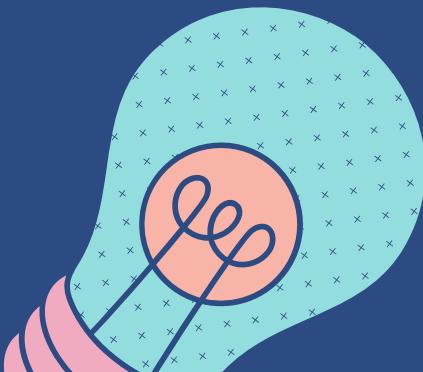
- Thời gian xử lý: 240 phút/kỳ kế hoạch
- Chi phí nhân sự: ~1.62 triệu/lượt
- Ưu điểm:
 - Tăng tỷ lệ đạt KPI bán hàng >90%
 - Đồng bộ nhiều bộ phận giúp điều phối tốt hơn
- Hạn chế:
 - Chờ duyệt từ cấp quản lý, dễ trễ tiến độ
 - Phụ thuộc chất lượng forecast và nguồn dữ liệu

QUY TRÌNH 5 - IT HELPDESK





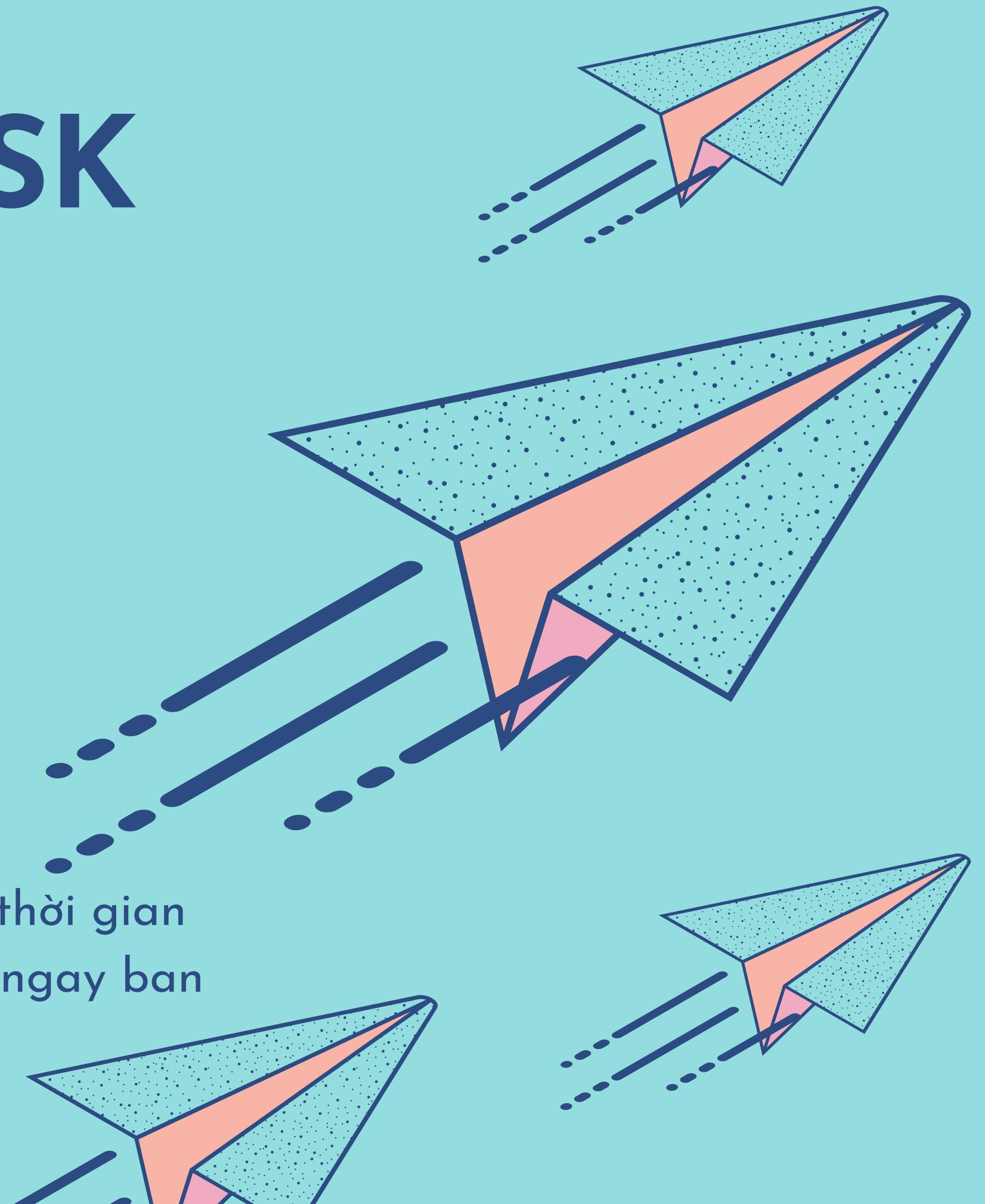
BPMN QUY TRÌNH IT HELPDESK



PHÂN TÍCH QUY TRÌNH IT HELPDESK

- Thời gian xử lý trung bình: 76 phút/yêu cầu
- Hiệu suất thời gian đạt: 95%
- Chi phí trung bình: ~204.000 VNĐ/yêu cầu
- Ưu điểm:
 - Có SLA rõ ràng, quy trình phân tuyến tốt
 - Hỗ trợ linh hoạt từ xa hoặc trực tiếp
- Hạn chế:
 - Vòng lặp yêu cầu bổ sung thông tin gây mất thời gian

Thiếu mẫu chuẩn đầu vào → khó đánh giá chính xác ngay ban đầu



QUY TRÌNH 6 - QUẢN LÝ NHÀ CUNG CẤP

Bắt đầu từ việc thu thập nhu cầu nhập hàng từ tồn kho, chiến dịch mới

Nếu chưa có NCC phù hợp → tìm kiếm từ hội chợ, sàn B2B, chào hàng

Đánh giá sơ bộ: hồ sơ pháp lý, điều kiện thương mại, năng lực cung ứng

Gửi yêu cầu báo giá → đàm phán các điều khoản

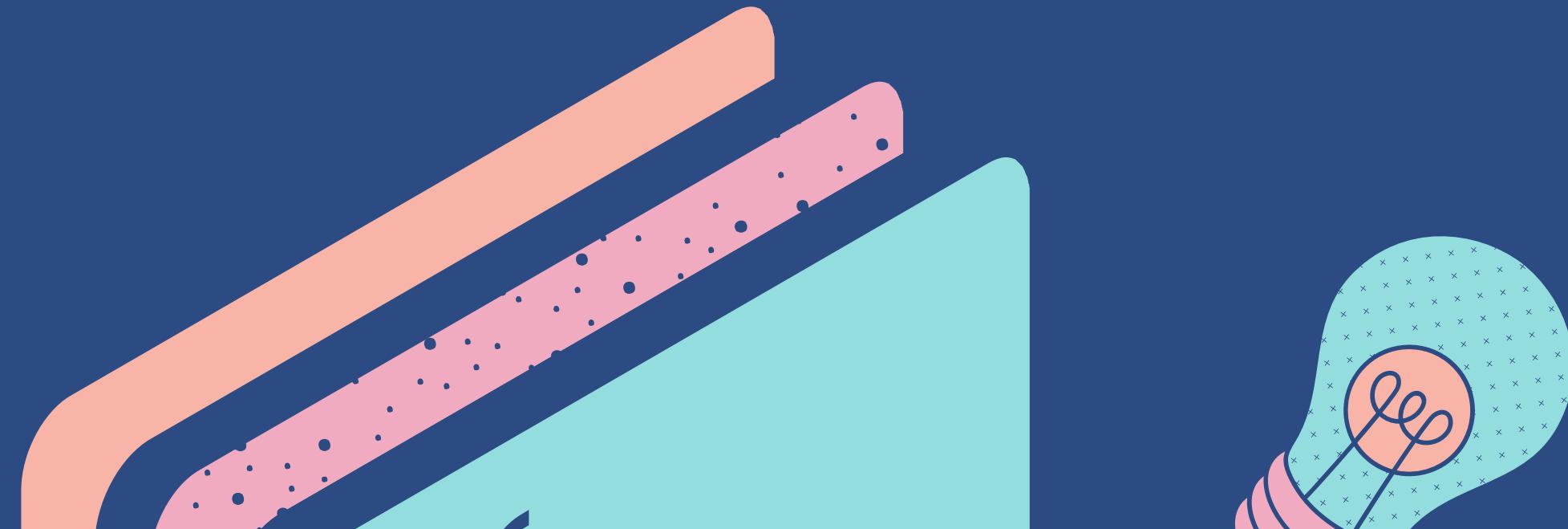
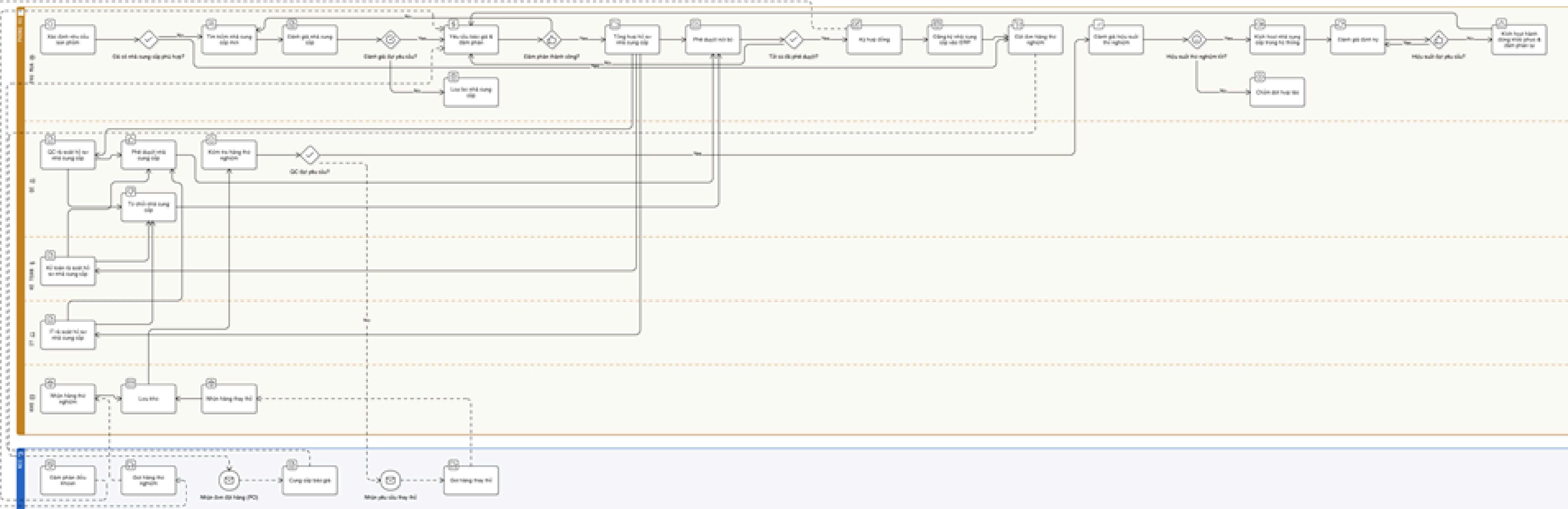
Thử nghiệm đơn hàng (Pilot Order), QC kiểm tra chất lượng

Nếu thành công → lập hợp đồng khung hoặc PO đầu tiên

Nếu đạt yêu cầu → đưa vào danh sách NCC chính thức

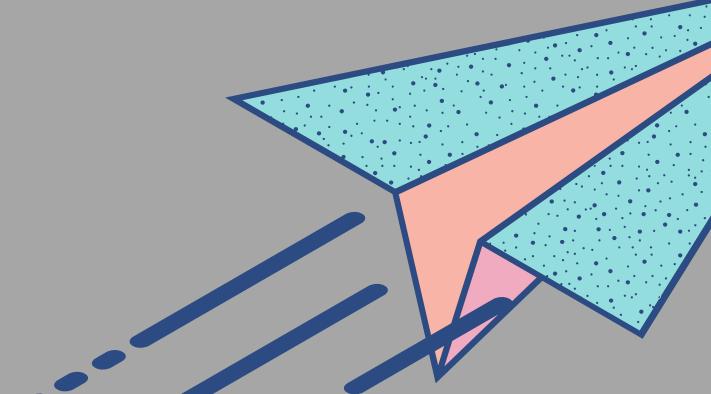
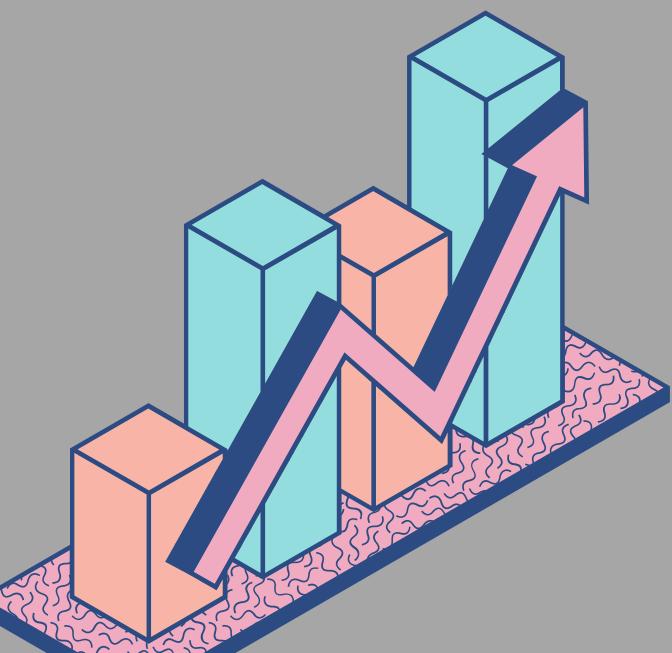
Theo dõi hiệu suất định kỳ: OTIF, tỷ lệ lỗi, phản hồi

BPMN QUẢN LÝ NHÀ CUNG CẤP



PHÂN TÍCH QUY TRÌNH NHÀ CUNG CẤP

- TỔNG THỜI GIAN XỬ LÝ: ~510 PHÚT/LƯỢT ĐÁNH GIÁ NCC
- CHI PHÍ TRUNG BÌNH: ~2.94 TRIỆU VNĐ/LƯỢT
- ƯU ĐIỂM:
 - HỆ THỐNG ĐÁNH GIÁ MINH BẠCH: PILOT ORDER, SCORECARD
 - TĂNG OTIF TỪ 70% → 92%, GIẢM ĐƠN HÀNG LỖI TỪ 8% → 3%
- NHƯỢC ĐIỂM:
 - PHẢN HỒI CHẬM TỪ NCC, THIẾU CHUẨN HÓA HỒ SƠ
 - PHỤ THUỘC ĐÁNH GIÁ CẢM TÍNH NẾU KHÔNG CÓ DỮ LIỆU LỊCH SỬ



TỔNG KẾT HỆ THỐNG QUY TRÌNH PHONG VŨ

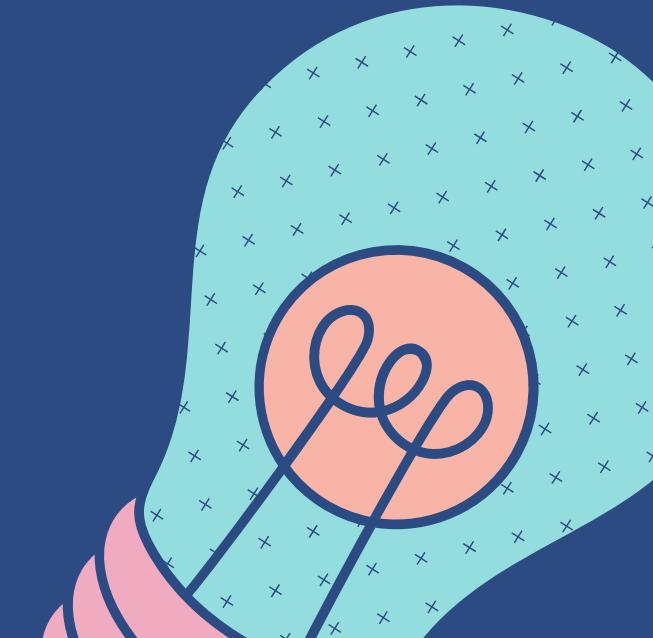
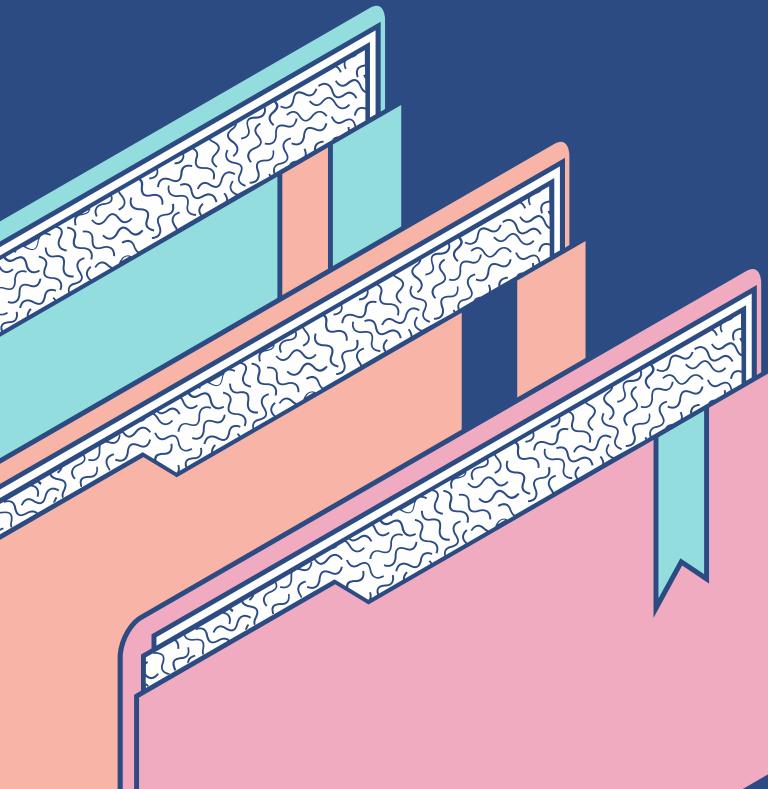
- TỔNG CỘNG 6 QUY TRÌNH NGHIỆP VỤ ĐƯỢC MÔ HÌNH HÓA
BPMN VÀ PHÂN TÍCH ĐỊNH TÍNH + ĐỊNH LƯỢNG

ĐIỂM MẠNH:

- PHÂN VAI RÕ RÀNG GIỮA CÁC BỘ PHẬN
- CÓ SỰ KẾT NỐI GIỮA CHIẾN LƯỢC - VẬN HÀNH - KHÁCH
HÀNG
- HỆ THỐNG ERP VÀ WEBSITE LÀ NỀN TẢNG SỐ HÓA HIỆU QUẢ

HẠN CHẾ:

- MỘT SỐ BƯỚC CÒN THỦ CÔNG, QUY TRÌNH PHÊ DUYỆT CHẬM
- THIẾU TÍCH HỢP LIÊN BỘ PHẬN, DỮ LIỆU PHÂN TÁN
- TỒN TẠI LÃNG PHÍ: WAITING, OVER-PROCESSING, DELAY



ĐỀ XUẤT CẢI TIẾN HỆ THỐNG QUY TRÌNH

ÁP DỤNG TỰ ĐỘNG HÓA QUY TRÌNH:

- SỬ DỤNG HỆ THỐNG PHÊ DUYỆT ONLINE THAY CHO EMAIL THỦ CÔNG
- KẾT NỐI LIÊN PHÒNG BAN BẰNG DASHBOARD TÍCH HỢP KPI CHUẨN HÓA FORM ĐẦU VÀO: PHIẾU IT, MẪU ĐÁNH GIÁ NCC, MẪU KẾ HOẠCH BÁN HÀNG

TRIỂN KHAI THÊM CÔNG CỤ HỖ TRỢ:

- POWER BI: THEO DÕI KPI REAL-TIME
- DAM (DIGITAL ASSET MANAGEMENT): QUẢN LÝ TÀI LIỆU MARKETING
- CAMPAIGN MANAGEMENT SYSTEM: KIỂM SOÁT TOÀN BỘ CHIẾN DỊCH

LỢI ÍCH TỪ CẢI TIẾN QUY TRÌNH

- RÚT NGẮN THỜI GIAN XỬ LÝ QUY TRÌNH TỪ 10-25%
- GIẢM CHI PHÍ VẬN HÀNH DO TIẾT KIỆM THỜI GIAN VÀ NHÂN LỰC
- TĂNG SỰ HÀI LÒNG KHÁCH HÀNG, ĐỘ CHÍNH XÁC TRONG GIAO HÀNG
- CẢI THIỆN CÁC CHỈ SỐ KPI:
 - ROAS, CTR, CPA, OTIF, AOV, SLA
- TẠO LỢI THẾ CẠNH TRANH TRƯỚC CÁC ĐỐI THỦ LỚN NHƯ CELLPHONES, TGDD

KẾT LUẬN

- Hệ thống quy trình nghiệp vụ của Phong Vũ có nền tảng bài bản, mô hình hóa rõ ràng
- Tuy nhiên, một số khâu còn hạn chế cần tối ưu bằng công nghệ
- Việc cải tiến sẽ giúp doanh nghiệp:
 - Tăng hiệu suất nội bộ
 - Giảm chi phí và thời gian
 - Nâng cao trải nghiệm khách hàng
 - Đây là hướng đi bắt buộc để Phong Vũ giữ vững và phát triển vị thế trên thị trường bán lẻ công nghệ tại Việt Nam