

TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ - ĐẠI HỌC ĐÀ NẴNG

KHOA THÔNG KÊ – TIN HỌC

કોરસ રજી



HỆ THỐNG HOẠCH ĐỊNH NGUỒN LỰC DOANH NGHIỆP
ĐỀ TÀI: TRIỂN KHAI ERP
PHÂN HỆ CRM, BÁN HÀNG VÀ MARKETING
CỦA CÔNG TY CỔ PHẦN SỮA VIỆT NAM VINAMILK

GVHD: TS. Hoàng Thị Thanh Hà

Lớp: 48K21.2

Nhóm: 04

Thành viên: Nguyễn Trọng Khang (Trưởng nhóm)

Nguyễn Lê Thảo Vi

Nguyễn Thị Thùy Linh

Nguyễn Phạm Hồng Ngọc

Nguyễn Nhuận Tiến

Đương Công Tùng

Đà Nẵng, ngày 12 tháng 5 năm 2025

MỤC LỤC

CHƯƠNG I: LÝ DO CHỌN ĐỀ TÀI.....	9
1. Đặt vấn đề	9
2. Lý do chọn đề tài	9
CHƯƠNG II: GIỚI THIỆU CÔNG TY	11
1. Tổng quan về công ty	11
2. Thông tin doanh nghiệp.....	11
3. Tầm nhìn và sứ mệnh	12
3.1. Tầm nhìn.....	12
3.2. Sứ mệnh	12
3.3. Giá trị cốt lõi.....	13
CHƯƠNG III: GIỚI THIỆU ERP VÀ ODOO	14
1. Giới thiệu về ERP	14
1.1. Định nghĩa	14
1.2. Các phân hệ của ERP	14
1.3. Lợi ích của ERP đối với doanh nghiệp.....	15
2. Giới thiệu Odoo	16
2.1. Tổng quan về Odoo	16
2.2. Ưu điểm và nhược điểm	17
3. Phân hệ lựa chọn báo cáo	18
CHƯƠNG IV: MÔ TẢ PHÂN HỆ	19
1. Phân hệ bán hàng.....	19
1.1. Giới thiệu phân hệ	19
1.2. Chức năng của phân hệ.....	19
1.3. Mô hình 3 chức năng.....	19
1.4. Quy trình trả hàng.....	23
2. Phân hệ Marketing.....	26
2.1. Giới thiệu phân hệ	26
2.2. Mô hình 3 chức năng.....	26
3. Phân hệ CRM.....	29
3.1. Giới thiệu phân hệ	29
3.2. Các chức năng của phân hệ	29
3.3. Mô hình 3 chức năng.....	29

CHƯƠNG V: TRIỂN KHAI ODOO	32
1. Phân hệ bán hàng.....	32
1.1. Đội ngũ bán hàng.....	32
1.2. Quản lý danh mục sản phẩm và sản phẩm	32
1.3. Quản lý khách hàng	35
1.4. Quản lý bán hàng trực tiếp	35
1.5. Báo cáo doanh thu	42
1.6. Quy trình trả hàng.....	44
2. Phân hệ Marketing.....	46
2.1. Tạo chiết khấu và khách hàng thân thiết	46
2.2. Thẻ quà tặng và ví điện tử	48
2.3. Email Marketing	48
2.4. Tạo khảo sát.....	50
3. Phân hệ CRM.....	51
3.1. Các bước triển khai.....	51
3.2. Báo cáo phân hệ CRM.....	57

DANH MỤC HÌNH ẢNH

Hình 1. Tổng Giám đốc Vinamilk	11
Hình 2. Logo Vinamilk.....	12
Hình 3.Giới thiệu hệ thống ERP.....	14
Hình 4. Mạng nội bộ trong phần mềm ERP	16
Hình 5. Use-cases Diagram Bán hàng trực tiếp	21
Hình 6. Workflow bán hàng trực tiếp.....	22
Hình 7. Workflow Trả hàng	25
Hình 8. Use-cases Diagram Marketing	27
Hình 9. Workflow Marketing	28
Hình 10. Use-cases Diagram CRM	30
Hình 11. Workflow CRM.....	31
Hình 12. Thiết lập đội ngũ bán hàng	32
Hình 13. Danh mục sản phẩm	32
Hình 14. Danh sách sản phẩm	32
Hình 15. Bảng giá VD1	33
Hình 16. Bảng giá VD1	33
Hình 17. Bảng giá VD2	34
Hình 18. Bảng giá VD2	34
Hình 19. Danh sách bảng giá.....	34
Hình 20. Tạo khách hàng.....	35
Hình 21. Danh sách khách hàng	35
Hình 22. Màn hình bán hàng trực tiếp.....	36
Hình 23. Áp dụng mã voucher	36
Hình 24. Thêm thẻ quà tặng	37
Hình 25. Áp dụng thẻ quà tặng.....	37
Hình 26. Màn hình tính tổng tiền	37
Hình 27. Chọn phương thức thanh toán	38
Hình 28. Sau khi thanh toán	38
Hình 29. Hóa đơn thanh toán.....	39
Hình 30. Danh sách hóa đơn	40
Hình 31. Danh sách phiên	40
Hình 32. Thông tin phiên.....	40
Hình 33. Thông tin đóng phiên.....	41
Hình 34. Doanh thu theo từng sản phẩm.....	42
Hình 35. Báo cáo theo số lượng sản phẩm bán ra	42
Hình 36. Doanh thu theo phương thức thanh toán	43
Hình 37. Doanh thu theo nhân viên.....	43
Hình 38. Sale forecasting	44
Hình 39. Màn hình trả hàng.....	44
Hình 40. Hóa đơn trả hàng	45
Hình 41. Hóa đơn trả hàng	45
Hình 42. Tạo chương trình khuyến mãi	46
Hình 43. Tạo phiếu giảm giá	46

Hình 44. Danh sách phiếu giảm giá.....	47
Hình 45. Tạo chương trình mua X tặng Y	47
Hình 46. Danh sách chương trình.....	47
Hình 47. Tạo thẻ quà tặng	48
Hình 48. Danh sách thẻ quà tặng.....	48
Hình 49. Tạo liên hệ	49
Hình 50. Danh sách email	49
Hình 51. Email gửi khách hàng	50
Hình 52. Tạo khảo sát.....	50
Hình 53. Tạo tiêm năng mới.....	51
Hình 54. Lên lịch hoạt động	51
Hình 55. Hoạt động đã lên kế hoạch	51
Hình 56. Ghi chú hoàn thành giai đoạn.....	52
Hình 57. Thông báo chuyển giai đoạn.....	52
Hình 62. Cơ hội thành công.....	52
Hình 63. Ghi chú lý do mất	53
Hình 64. Đánh dấu mất cho cơ hội	53
Hình 65. Các giai đoạn của cơ hội.....	54
Hình 66. Hóa đơn thanh toán cho khách hàng	54
Hình 68. Email kết quả.....	55
Hình 69. Tạo hóa đơn	55
Hình 71. Xác nhận hóa đơn	56
Hình 72. Tiến hành thanh toán	56
Hình 73. Sau khi thanh toán	57
Hình 74. Báo cáo lead	57
Hình 75. Báo cáo theo phân tích chu trình	58
Hình 76. Báo cáo doanh thu theo khách hàng	58
Hình 77. Báo cáo doanh thu theo sản phẩm	59

BẢNG ĐÓNG GÓP CỦA CÁC THÀNH VIÊN NHÓM

Họ và tên sinh viên	Công việc thực hiện	% đóng góp
Nguyễn Trọng Khang	<ul style="list-style-type: none"> • Triển khai các chức năng Odoo & thực hiện nhập dữ liệu • Làm nội dung về ERP, Odoo • Chỉnh sửa và hoàn thiện nội dung • Vẽ BPMN Trả hàng 	17%
Nguyễn Thị Thùy Linh	<ul style="list-style-type: none"> • Làm nội dung về Giới thiệu công ty • Vẽ BPMN và Use Case Bán hàng • Hoàn thiện các báo cáo đầu ra 	17%
Nguyễn Phạm Hồng Ngọc	<ul style="list-style-type: none"> • Vẽ BPMN và Use Case CRM • Mô tả phân hệ theo 3 mức 	15%
Nguyễn Nhuận Tiến	<ul style="list-style-type: none"> • Làm nội dung về Lý do chọn đòn tài • Tạo user & phân quyền trên Odoo • Vẽ bảng phân quyền 	17%
Dương Công Tùng	<ul style="list-style-type: none"> • Làm nội dung về Giới thiệu phân hệ • Vẽ Usecase và BPMN Marketing • Mô tả các phân hệ theo 3 mức • Hoàn thiện word 	17%
Nguyễn Lê Thảo Vi	<ul style="list-style-type: none"> • Giới thiệu ERP và Odoo • Tìm hiểu thông tin chi tiết các Quy trình • Hoàn thiện slide 	17%

BẢNG PHÂN QUYỀN

STT	Họ và tên	Username	Phòng ban	Vai trò	Phân quyền
1	Nguyễn Trọng Khang	Ntk1542004@gmail.com	Admin	Admin	Toàn quyền truy cập hệ thống
2	Nguyễn Thị Thùy Linh	thuylinh22080@gmail.com	Chăm sóc khách hàng	Trưởng phòng	Quản lý CRM: tạo/sửa lead, cơ hội, phân công nhân viên Xem báo cáo khách hàng Xem hóa đơn khách hàng (quyền đọc module Bán hàng) Xem chiến dịch Marketing (quyền đọc)
3	CSKH 1	Cskh1@gmail.com	Chăm sóc khách hàng	Nhân viên	Xem danh sách khách hàng & cơ hội (CRM) Xem hóa đơn khách hàng (chỉ đọc) Xem chiến dịch Marketing (chỉ đọc)
4	Nguyễn Nhuận Tiên	ngnhanhtien@gmail.com	Bán hàng 1	Trưởng phòng	Quản lý toàn bộ quy trình bán hàng: tạo/sửa/xóa báo giá, đơn hàng Quản lý nhóm bán hàng Xem CRM Xem dữ liệu chiến dịch

					marketing (quyền xem)
5	Bán hàng 1	Banhang1@gma il.com	Bán hàng 1	Nhân viên	<p>Tạo báo giá, đơn hàng (quyền viết trong Sales)</p> <p>Xem lead và khách hàng CRM</p>
6	Nguyễn Phạm Hồng Ngọc	ngocnguyenpha m03@gmail.co m	Bán hàng 2	Trưởng phòng	<p>Quản lý toàn bộ quy trình bán hàng: tạo/sửa/xóa báo giá, đơn hàng</p> <p>Quản lý nhóm bán hàng</p> <p>Xem CRM</p> <p>Xem dữ liệu chiến dịch marketing (quyền xem)</p>
7	Bán hàng 6	Banhang6@gma il.com	Bán hàng 2	Nhân viên	<p>Tạo báo giá, đơn hàng (quyền viết trong Sales)</p> <p>Xem lead và khách hàng CRM</p>
8	Dương Công Tùng	congtung1001@g mail.com	Marketing	Trưởng phòng	<p>Toàn quyền trong mô-đun Marketing Automation: tạo/sửa/xóa chiến dịch</p> <p>Xem thông tin khách hàng từ CRM</p> <p>Xem báo cáo</p>

					doanh số (không can thiệp vào đơn hàng)
9	Marketing 1	Marketing1@g mail.com	Marketing	Nhân viên	<p>Truyền thông chiến dịch (gửi email, theo dõi hành trình)</p> <p>Xem dữ liệu CRM cơ bản</p>
10	Nguyễn Lê Thảo Vi	nguyenlethaov @gmail.com	Quan hệ Khách hàng	Trưởng phòng	<p>Toàn quyền CRM: phân khúc, hành trình khách hàng</p> <p>Xem dữ liệu bán hàng để phân tích</p>
11	CRM 1	Crm1@gmail.co m	Quan hệ khách hàng	Nhân viên	<p>Tạo lead/cơ hội khách hàng (CRM)</p> <p>Xem thông tin bán hàng (quyền xem)</p>

CHƯƠNG I: LÝ DO CHỌN ĐỀ TÀI

1. Đặt vấn đề

Trong bối cảnh thị trường ngày càng cạnh tranh, việc tối ưu hóa quy trình làm việc và quản lý tài nguyên doanh nghiệp trở nên cực kỳ quan trọng. Công ty Cổ phần Sữa Việt Nam – Vinamilk đang cân nhắc việc triển khai ba phân hệ của hệ thống ERP: phân hệ CRM, phân hệ Bán hàng và phân hệ Marketing. Mục tiêu là tối ưu hóa quy trình bán hàng và hoạt động marketing và cải thiện mối quan hệ với khách hàng nhằm nâng cao hiệu suất và lợi nhuận tổng thể. Tuy nhiên, việc triển khai hai phân hệ này không phải là một nhiệm vụ dễ dàng. Đầu tiên, đối với phân hệ Bán hàng, việc quản lý hàng tồn kho, theo dõi doanh số bán hàng, và xử lý các giao dịch thanh toán là những vấn đề cần được giải quyết. Thứ hai là phân hệ Marketing cần phải có khả năng phân tích dữ liệu khách hàng, quản lý chiến dịch marketing, và đánh giá hiệu quả của các hoạt động marketing. Cuối cùng, phân hệ CRM đóng vai trò cầu nối giữa hai phân hệ trên, với chức năng lưu trữ và quản lý thông tin khách hàng, theo dõi hành vi người tiêu dùng, và hỗ trợ chăm sóc khách hàng một cách hiệu quả.

Ngoài ra, việc đảm bảo sự tương thích giữa ba phân hệ này cũng là một thách thức. Hệ thống ERP cần phải cho phép dữ liệu được chia sẻ một cách mượt mà giữa các phân hệ để đảm bảo quy trình làm việc hiệu quả.

2. Lý do chọn đề tài

Việc chọn đề tài triển khai hệ thống ERP về phân hệ CRM, phân hệ Bán hàng và phân hệ Marketing cho Công ty Cổ phần Sữa Việt Nam – Vinamilk có nhiều lý do quan trọng:

- Tối ưu hóa quy trình:** Đây là ba phân hệ cốt lõi hỗ trợ trực tiếp hoạt động kinh doanh. Việc tích hợp và tối ưu các quy trình này giúp tăng hiệu suất, giảm thời gian xử lý và nâng cao hiệu quả phối hợp nội bộ.
- Tăng cường quản lý và khai thác dữ liệu khách hàng:** Phân hệ CRM cho phép hệ thống hóa dữ liệu khách hàng, giúp doanh nghiệp hiểu rõ hơn về nhu cầu, hành vi và xu hướng tiêu dùng, từ đó đưa ra các chiến lược phù hợp..
- Tích hợp hệ thống:** Việc triển khai ERP giúp tích hợp các hệ thống quản lý riêng lẻ, giúp cải thiện hiệu quả làm việc và giảm thiểu rủi ro từ việc quản lý dữ liệu trên nhiều hệ thống.

- **Nâng cao khả năng cạnh tranh:** Trong thị trường ngày càng cạnh tranh, việc sử dụng công nghệ để nâng cao hiệu quả làm việc và cung cấp dịch vụ tốt hơn cho khách hàng là yếu tố quan trọng để nâng cao vị thế cạnh tranh của Vinamilk.
- **Đáp ứng nhu cầu khách hàng:** Việc triển khai hệ thống ERP giúp Vinamilk nắm bắt nhu cầu của khách hàng một cách chính xác hơn, từ đó đưa ra các chiến lược marketing phù hợp để thu hút và giữ chân khách hàng.

Với những lý do trên, việc triển khai hệ thống ERP cho phân hệ CRM, phân hệ Bán hàng và Marketing tại Vinamilk là một bước tiến quan trọng và cần thiết.

CHƯƠNG II: GIỚI THIỆU CÔNG TY

1. Tổng quan về công ty

Công ty Cổ phần Sữa Việt Nam – Vinamilk là một trong những doanh nghiệp hàng đầu trong lĩnh vực sản xuất và kinh doanh các sản phẩm dinh dưỡng tại Việt Nam. Với gần 50 năm phát triển, Vinamilk đã không ngừng đổi mới và mở rộng quy mô, trở thành một thương hiệu uy tín không chỉ trong nước mà còn trên thị trường quốc tế.

2. Thông tin doanh nghiệp

- Tên đầy đủ: Công ty Cổ phần Sữa Việt Nam
- Tên giao dịch quốc tế: Vietnam Dairy Products Joint Stock Company
- Tên viết tắt: Vinamilk
- Người sáng lập: Bà Mai Kiều Liên – hiện là Tổng Giám đốc công ty



“ Muốn có sản phẩm đi đầu
trên thị trường thì phải luôn
sáng tạo. **Sáng tạo là**
yêu tố sống còn! ”

Hình 1. Tổng Giám đốc Vinamilk

- Thông tin chi tiết:
 - Trụ sở chính: Số 10 Tân Trào, Phường Tân Phú, Quận 7, TP. Hồ Chí Minh
 - ĐT: (+84.8)54 155 555 Fax: (+84.8)54 161 226
 - Email: vinamilk@vinamilk.com.vn
 - Website: <https://www.vinamilk.com.vn>
- Logo:



Hình 2. Logo Vinamilk

3. Tâm nhìn và sứ mệnh

3.1. Tâm nhìn

“Trở thành biểu tượng niềm tin hàng đầu về sản phẩm dinh dưỡng và sức khỏe tại Việt Nam, không ngừng vươn cao trên thị trường quốc tế.”

Vinamilk đặt mục tiêu không chỉ duy trì vị thế số một tại thị trường nội địa, mà còn từng bước mở rộng tầm ảnh hưởng ra khu vực và quốc tế. Tâm nhìn này thể hiện cam kết mạnh mẽ của Vinamilk trong việc nâng cao chất lượng cuộc sống cộng đồng thông qua các sản phẩm dinh dưỡng đạt chuẩn quốc tế, góp phần xây dựng một thế hệ khỏe mạnh và phát triển toàn diện. Đồng thời, Vinamilk hướng đến việc xây dựng thương hiệu quốc gia có tầm vóc toàn cầu, khẳng định vị thế Việt Nam trên bản đồ ngành công nghiệp sữa thế giới.

3.2. Sứ mệnh

“Cung cấp cho cộng đồng các sản phẩm dinh dưỡng chất lượng cao, góp phần nâng cao sức khỏe và chất lượng cuộc sống của người tiêu dùng.”

Công ty luôn chú trọng cài tiến công nghệ, đầu tư vào nghiên cứu và phát triển để tạo ra các dòng sản phẩm không chỉ đáp ứng khẩu vị mà còn mang lại giá trị dinh dưỡng thiết thực cho người tiêu dùng. Thông qua việc sản xuất và phân phối các sản phẩm sữa và thực phẩm chức năng đa dạng, Vinamilk mong muốn góp phần tích cực vào việc nâng cao sức khỏe thể chất, tinh thần cũng như chất lượng sống của cộng đồng.

Sứ mệnh này cũng là kim chỉ nam để công ty thực hiện các hoạt động kinh doanh một cách có trách nhiệm, bền vững và hướng tới lợi ích lâu dài cho xã hội.

3.3. Giá trị cốt lõi

Giá trị cốt lõi của Vinamilk bao gồm **5 giá trị** chính hướng đến việc trở thành biểu tượng niềm tin hàng đầu Việt Nam trong lĩnh vực sản phẩm dinh dưỡng phục vụ sức khỏe con người:

- **Chính trực:** Vinamilk khẳng định luôn liêm chính, trung thực khi ứng xử và thực hiện giao dịch.
- **Tôn trọng:** Giá trị của Vinamilk được thể hiện qua sự tôn trọng bản thân, tôn trọng đồng nghiệp, công ty. Đồng thời, công ty đề cao sự tôn trọng với đối tác, hợp tác bằng tinh thần uy tín, chuyên nghiệp.
- **Công bằng:** Công bằng khi làm việc với nhân viên, nhà cung cấp hay các bên liên quan.
- **Đạo đức:** Mọi nhân viên của công ty phải tuân thủ, giữ gìn giá trị đạo đức đã được thiết lập theo tiêu chuẩn chung.
- **Tuân thủ:** Tuân thủ Luật pháp, Bộ quy tắc ứng xử cùng quy chế, quy định, chính sách trong công ty.

5 giá trị cốt lõi trên được xem là yếu tố xây dựng bộ văn hóa doanh nghiệp, thúc đẩy mỗi thành viên làm việc trách nhiệm, đảm bảo chất lượng đầu ra. Mặt khác, chúng cũng tăng khả năng nhận diện, tạo ấn tượng sâu sắc cho người tiêu dùng về thương hiệu sữa hàng đầu.

CHƯƠNG III: GIỚI THIỆU ERP VÀ ODOO

1. Giới thiệu về ERP

1.1. Định nghĩa

ERP là viết tắt của Enterprise Resource Planning, dịch sang tiếng Việt là Hệ thống hoạch định nguồn lực doanh nghiệp. Đây là một phần mềm tích hợp, giúp doanh nghiệp quản lý và điều phối tất cả các hoạt động kinh doanh cốt lõi trên một nền tảng duy nhất.

Hình dung đơn giản, ERP giống như một trung tâm điều khiển của một nhà máy lớn, nơi tất cả các thông tin về sản xuất, bán hàng, tài chính, nhân sự... đều được tập trung và kết nối với nhau. Điều này giúp doanh nghiệp có cái nhìn tổng quan và kiểm soát tốt hơn các hoạt động kinh doanh của mình.



Hình 3.Giới thiệu hệ thống ERP

1.2. Các phân hệ của ERP

- Quản trị sản xuất (Production Planning and Control)
- Quản trị mua hàng (Purchase Control)
- Quản trị bán hàng và phân phối (Sales and Distribution)
- Quản lý dự án (Project Management)
- Quản trị nhân sự (Human Resource Management)
- Quản lý dịch vụ (Service Management)
- Quản lý hàng tồn kho (Stock Control)

- Kế toán tài chính (Finance)
- Báo cáo thuế (Tax Reports)
- Báo cáo quản trị (Management Reporting)
- Quản trị quan hệ khách hàng (Customer Relationship Management)

1.3. Lợi ích của ERP đối với doanh nghiệp

1.3.1. Kiểm soát thông tin tài chính

Thông thường, thông tin tài chính sẽ phải tập hợp số liệu từ nhiều bộ phận khác nhau nên chắc chắn có độ chênh lệch nhất định. Khi sử dụng giải pháp ERP, mọi thứ liên quan đến tài chính được tổng hợp lại ở một nơi – một phiên bản duy nhất xuyên suốt tất cả các phòng ban, cơ sở. Khi một con số được thay đổi, tất cả thông tin liên quan đều được tự động tính toán và hiển thị lại cho trùng khớp, giúp hạn chế tiêu cực trong tài chính doanh nghiệp.

1.3.2. Tăng tốc dòng công việc

Rõ ràng việc chuyển chứng từ bằng giấy từ tay một nhân viên xác định không thể sánh bằng tốc độ của chứng từ điện tử. Hay trong việc vận chuyển hàng hóa từ kho bãi tới các cơ sở kinh doanh, một quyết định được đồng bộ lên hệ thống ERP sẽ tới được tay người thủ kho rất nhanh chóng. Bằng cách giải quyết các “nút cổ chai” và rút gọn khoảng cách địa lý, phần mềm ERP giúp tăng tốc độ dòng công việc trong doanh nghiệp.

1.3.3. ERP giúp hạn chế sai sót khi nhiều người cùng nhập một dữ liệu

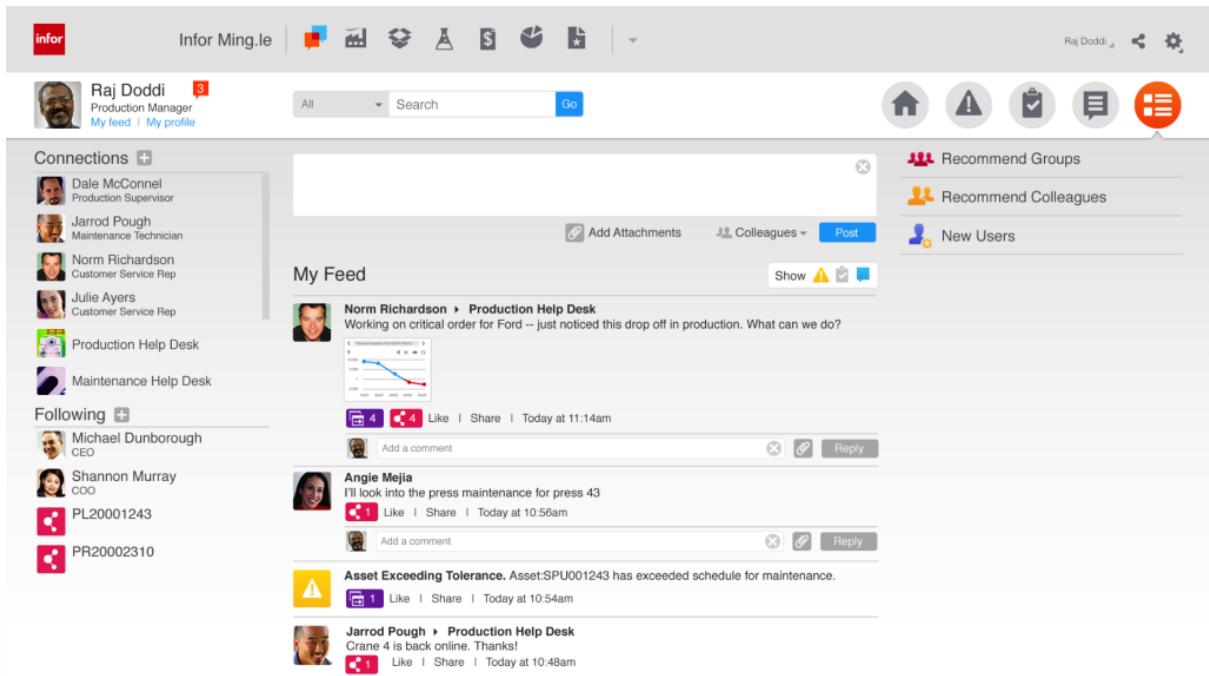
Trên thực tế, nhiều khi doanh nghiệp gặp rắc rối bởi nhầm lẫn dữ liệu khi đi qua các bộ phận làm việc khác nhau. Chẳng hạn, con số viết tay “14” thùng hàng rất dễ nhầm thành “19”, hay lỗi gõ Word biến khách hàng ” Phạm Quỳnh” thành khách hàng “Phạm Quyên”. Với ERP, dữ liệu chỉ cần được nhập một lần duy nhất bởi người đầu tiên rồi được lưu trữ nguyên vẹn trên hệ thống. Bất cứ nhân viên nào khác trong doanh nghiệp đều tiếp cận tới dữ liệu gốc này chứ không phải một bản copy “tam sao thất bản”.

1.3.4. ERP giúp dễ dàng kiểm soát quá trình làm việc của nhân viên

Một cơ sở dữ liệu tập trung và các quy trình nghiệp vụ được sắp xếp thành dòng cố định sẽ giúp doanh nghiệp dễ dàng áp dụng các cơ chế kiểm soát nội bộ. Chức năng Audit track (tìm vết) của phần mềm ERP cho phép nhanh chóng tìm ra nguồn gốc những bút toán cần kiểm tra cũng như những nhân viên liên quan đến bút toán đó.

1.3.5. ERP giúp tạo ra mạng xã hội nội bộ trong doanh nghiệp

Phần mềm ERP thường tích hợp tính năng liên lạc nội bộ giữa các người dùng thuộc cùng một hệ thống. Đó là việc chat riêng tư hoặc cập nhật trạng thái cá nhân giống như cơ chế hoạt động của một mạng xã hội nội bộ thực thụ.



Hình 4. Mạng nội bộ trong phần mềm ERP

2. Giới thiệu Odoo

2.1. Tổng quan về Odoo

Phần mềm Odoo, trước đây được biết đến với tên gọi OpenERP, là một phần mềm ERP mã nguồn mở (open-source), mang lại khả năng tùy chỉnh và phát triển tính năng một cách vô hạn. Odoo tích hợp sẵn nhiều phân hệ và module cơ bản như POS, CRM, quản lý kho, quản lý dự án, quản lý nhân sự,... và cho phép doanh nghiệp tự do chỉnh sửa, thêm bớt các tính năng hoặc tạo ra những phân hệ mới theo nhu cầu riêng.

Tính năng nổi bật trong Odoo ERP

- Quản lý dữ liệu khách hàng và đối tác (CRM)
- Quản lý bán hàng (Sales)
- Quản lý tài chính, kế toán (Accounting)
- Quản lý nhân sự (HRM)
- Quản lý sản xuất và kho (Inventory)

- Quản lý mua hàng (Purchase)
- Quản lý sản xuất (Manufacturing)
- Quản lý dự án (Project)
- Website
- E-commerce

2.2. Ưu điểm và nhược điểm

2.2.1. Ưu điểm

Ưu điểm	Mô tả chi tiết
Kho ứng dụng và module phong phú	Liên kết dữ liệu giữa các bộ phận như kho, kế toán, CSKH... giúp tránh sai sót nhập liệu và tiết kiệm thời gian kiểm tra.
Mở rộng và tích hợp linh hoạt	Mã nguồn mở, dễ dàng tích hợp với phần mềm bên thứ ba qua API. Phù hợp cho doanh nghiệp cần kết nối với website TMĐT, xuất hóa đơn, v.v.
Chi phí triển khai hợp lý	Miễn phí nếu chỉ dùng một ứng dụng. Chi phí phát sinh chủ yếu khi mở rộng thêm người dùng/module, không tính theo toàn bộ hệ thống.
Liên tục nâng cấp công nghệ	Có phiên bản mới mỗi năm với tính năng và sửa lỗi mới. Cập nhật toàn diện sau mỗi 5-7 năm, đảm bảo kế thừa dữ liệu.
Thiết kế UI/UX thân thiện	Giao diện tối giản, module sắp xếp hợp lý, dễ điều hướng và sử dụng cho người dùng.

2.2.2. Nhược điểm

Nhược điểm	Mô tả chi tiết
Hỗ trợ hạn chế từ nhà cung cấp	Khó được hỗ trợ nhanh chóng do lượng người dùng lớn; phí đào tạo cao; cần kỹ năng lập trình để xử lý sự cố.
Khó thiết lập và duy trì	Phiên bản Community yêu cầu kiến thức lập trình; doanh nghiệp không có đội IT sẽ gặp khó khăn trong triển khai.
Bảo mật dữ liệu chưa cao	Mức bảo mật không cao như một số phần mềm ERP khác, đặc biệt là với bản miễn phí.
Khả năng tương thích ngược kém	Khi cập nhật phiên bản mới, phải điều chỉnh mã và dữ liệu, dễ gây gián đoạn công việc.

3. Phân hệ lựa chọn báo cáo

Phân hệ bán hàng, Phân hệ CRM và Phân hệ Marketing

CHƯƠNG IV: MÔ TẢ PHÂN HỆ

1. Phân hệ bán hàng

1.1. Giới thiệu phân hệ

Phân hệ Bán hàng trong hệ thống ERP của Vinamilk là nền tảng cốt lõi hỗ trợ doanh nghiệp vận hành hiệu quả mô hình kinh doanh đa kênh, từ bán hàng trực tiếp (POS). Hệ thống cho phép quản lý tập trung toàn bộ quy trình bán hàng – từ tiếp nhận đơn, kiểm tra tồn kho, thanh toán, giao hàng đến xử lý đổi trả – đảm bảo tính đồng bộ, chính xác và minh bạch.

Phân hệ này còn tích hợp với hệ thống CRM và BI để kết nối các chiến dịch marketing và phân tích hành vi tiêu dùng, từ đó cá nhân hóa ưu đãi và tối ưu chi phí. Nhờ nền tảng công nghệ hiện đại, hỗ trợ API, bảo mật cao và thiết bị di động linh hoạt, phân hệ giúp Vinamilk nâng cao hiệu quả vận hành, cải thiện trải nghiệm khách hàng và thúc đẩy tăng trưởng doanh thu bền vững. Các chức năng của phân hệ

1.2. Chức năng của phân hệ

- Quản lý bán theo kênh trực tiếp (offline)
- Tạo, theo dõi và xử lý đơn hàng từ khách hàng sỉ và lẻ.
- Kiểm tra tồn kho tự động khi lập đơn hàng, đảm bảo có đủ hàng.
- Xuất hóa đơn điện tử tự động khi bán hàng thành công.
- Quản lý đổi trả hàng hóa và ghi nhận điều chỉnh công nợ.
- Theo dõi doanh thu theo từng khu vực, nhóm sản phẩm.
- Cung cấp báo cáo doanh thu theo ngày, tuần, tháng, quý, năm.

1.3. Mô hình 3 chức năng

1.3.1. Mô hình Logic

Tạo đơn hàng:

- Nhân viên tạo Sale Order trên hệ thống ERP từ yêu cầu mua của khách hàng tại cửa hàng.
- Kiểm tra tồn kho, nếu đủ, xác nhận đơn hàng và tiến hành thanh toán.

Thanh toán và hóa đơn:

- Khách hàng thanh toán bằng tiền mặt, thẻ hoặc QR code tại quầy thu ngân.

- Hệ thống tự động tạo hóa đơn bán lẻ (POS) hoặc hóa đơn bán sỉ.

Xuất hàng và giao hàng:

- Nhân viên kho chuẩn bị hàng và giao trực tiếp tại cửa hàng hoặc lên kế hoạch giao tận nơi.

Quản lý đổi trả:

- Tiếp nhận hàng hóa đổi trả, kiểm tra điều kiện và tạo phiếu trả hàng.
- Điều chỉnh công nợ nếu khách hàng đã thanh toán.

1.3.2. Mô hình vật lý ngoài

Quầy bán hàng tại cửa hàng Vinamilk:

- Khách hàng trực tiếp đến cửa hàng, lựa chọn sản phẩm.
- Nhân viên hỗ trợ tư vấn, chọn hàng và thanh toán tại quầy.
- Máy POS kết nối với hệ thống ERP để tạo hóa đơn nhanh chóng.

Thiết bị sử dụng:

- Máy POS (máy tính tiền), máy in hóa đơn, máy quét mã vạch.
- Các thiết bị cầm tay (tablet) cho nhân viên tư vấn sản phẩm.

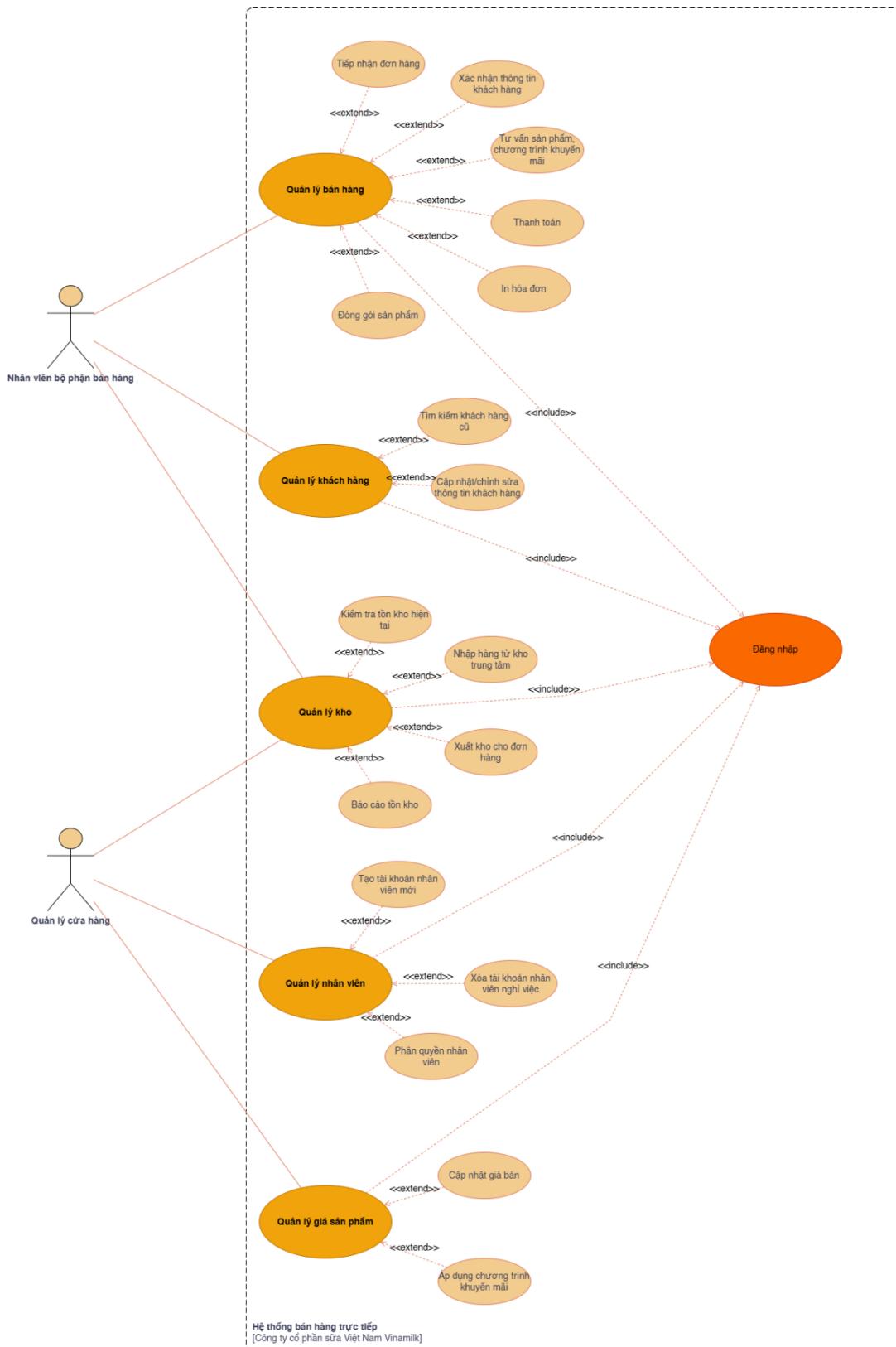
Báo cáo:

- Cuối ngày, cửa hàng tổng hợp báo cáo doanh thu từ POS, gửi lên hệ thống ERP.

1.3.3. Mô hình vật lý trong

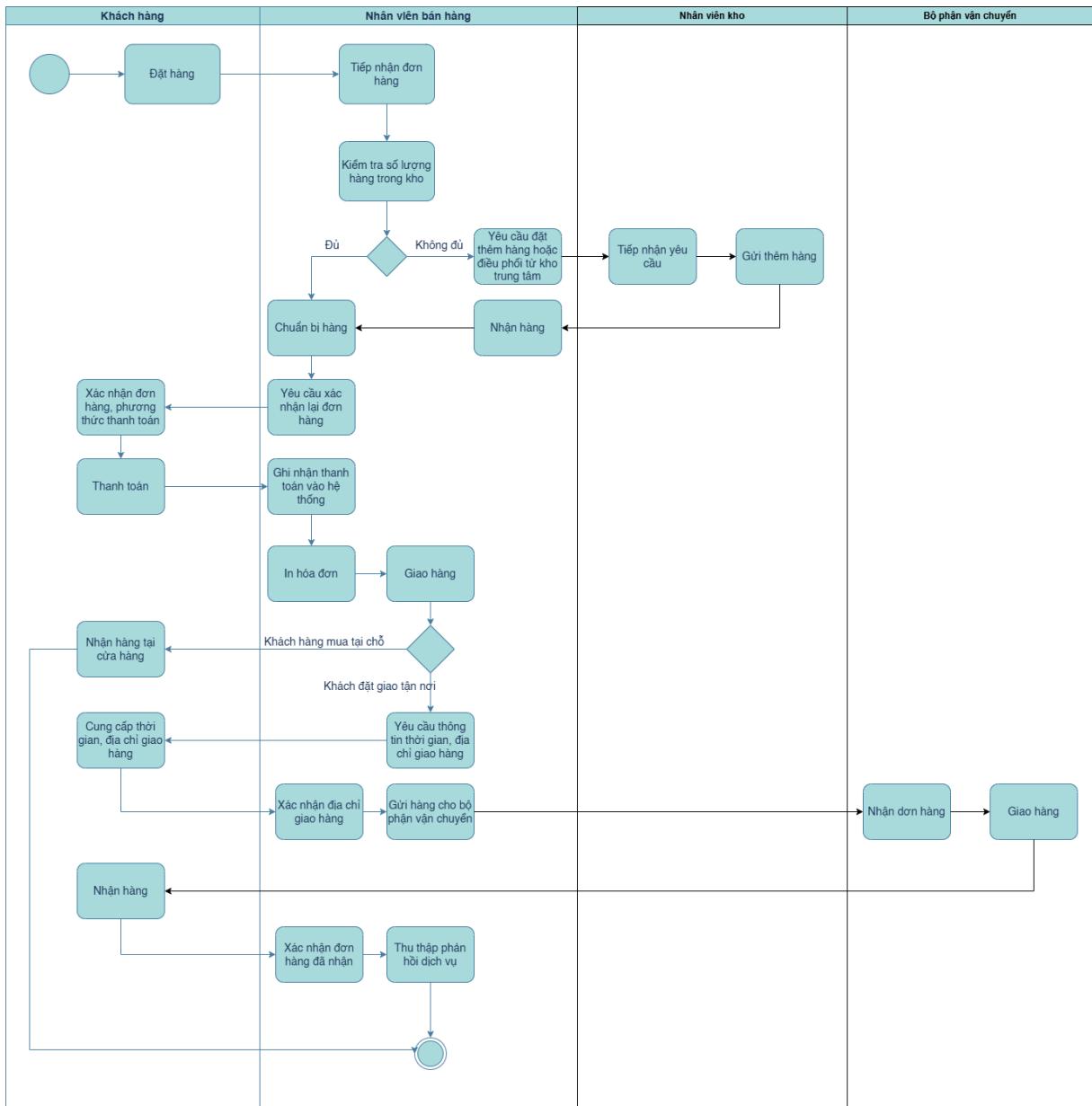
Mô hình vật lý trong của hệ thống CRM/ERP Vinamilk bao gồm các thành phần cốt lõi như máy chủ quản lý tập trung dữ liệu kinh doanh, cơ sở dữ liệu (PostgreSQL/NoSQL) lưu trữ thông tin khách hàng và hành vi người dùng, hệ thống phân tích BI trực quan hóa hiệu suất kinh doanh, và các kết nối API đồng bộ dữ liệu giữa các nền tảng bán hàng, marketing. Toàn bộ hệ thống được bảo vệ bằng mã hóa, phân quyền truy cập, sao lưu định kỳ và hỗ trợ truy cập từ thiết bị tại cửa hàng, kho và di động, đảm bảo hoạt động trơn tru, an toàn và hiệu quả.

1.3.4. Use-cases Bán hàng trực tiếp



Hình 5. Use-cases Diagram Bán hàng trực tiếp

1.3.5. Workflow Bán hàng trực tiếp



Hình 6. Workflow bán hàng trực tiếp

1.4. Quy trình trả hàng

1.4.1. Giới thiệu

Quy trình này được xây dựng nhằm đảm bảo quyền lợi chính đáng của khách hàng khi sản phẩm gặp lỗi kỹ thuật, hư hỏng trong quá trình vận chuyển, hoặc không đúng như cam kết.

Vinamilk cam kết tiếp nhận và xử lý yêu cầu trả hàng một cách nhanh chóng, minh bạch và tiện lợi, thông qua các bước rõ ràng từ xác minh thông tin, kiểm tra sản phẩm đến đổi trả hoặc hoàn tiền. Bằng việc chuẩn hóa quy trình này, Vinamilk mong muốn mang đến trải nghiệm mua sắm an toàn, tin cậy và nâng cao sự hài lòng của khách hàng.

1.4.2. Mục đích

- Đảm bảo khách hàng được bảo vệ quyền lợi khi nhận sản phẩm không đạt tiêu chuẩn hoặc không đúng đơn hàng.
- Thiết lập quy trình xử lý trả hàng rõ ràng, đồng nhất giữa các kênh phân phối.
- Nâng cao chất lượng dịch vụ sau bán hàng và củng cố niềm tin khách hàng vào thương hiệu Vinamilk.
- Góp phần cải thiện quy trình vận hành, từ đó hoàn thiện trải nghiệm mua sắm toàn diện.

1.4.3. Điều kiện trả hàng

Khách hàng có thể đổi hoặc trả hàng trong vòng 48 giờ nếu sản phẩm bị lỗi kỹ thuật, hư hỏng do vận chuyển, giao nhầm, hết hạn hoặc còn nguyên vẹn chưa sử dụng. Chính sách không áp dụng nếu khách hàng đổi ý, sản phẩm đã mở hoặc không còn nguyên trạng. Vinamilk cam kết bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng và nâng cao chất lượng dịch vụ.

1.4.4. Quy trình trả hàng

Bước 1: Tiếp nhận yêu cầu trả hàng.

Khi phát sinh nhu cầu đổi hoặc trả hàng, khách hàng có thể liên hệ với Vinamilk thông qua các kênh chính thức như tổng đài chăm sóc khách hàng 1900 636 979, gửi email đến địa chỉ cskh@vinamilk.com.vn, hoặc trao đổi trực tiếp tại điểm bán nơi khách đã mua sản phẩm (bao gồm các siêu thị hoặc đại lý phân phối chính thức).

Bước 2: Xác minh và phê duyệt yêu cầu.

Sau khi tiếp nhận yêu cầu, bộ phận chăm sóc khách hàng của Vinamilk sẽ tiến hành kiểm tra và xác minh các thông tin liên quan. Quá trình này bao gồm việc đối chiếu điều kiện sản phẩm với chính sách trả hàng hiện hành, đồng thời có thể yêu cầu thêm hình ảnh hoặc video bổ sung nếu cần thiết để đảm bảo đánh giá khách quan và chính xác. Trong vòng 24 giờ làm việc kể từ khi nhận đủ thông tin, Vinamilk sẽ phản hồi kết quả cho khách hàng. Nếu yêu cầu được phê duyệt, hệ thống sẽ chuyển sang bước tiếp theo để xử lý hàng trả.

Bước 3: Xử lý trả hàng.

Đối với khách hàng mua hàng trực tiếp, sản phẩm cần được mang đến lại điểm bán. Nhân viên tại cửa hàng sẽ tiến hành kiểm tra tại chỗ để xác nhận lỗi sản phẩm và hỗ trợ đổi ngay nếu có sẵn hàng thay thế. Sau khi hệ thống tiếp nhận và kiểm tra sản phẩm được trả về, quá trình hoàn tiền hoặc đổi hàng sẽ được tiến hành trong khoảng từ 3 đến 5 ngày làm việc.

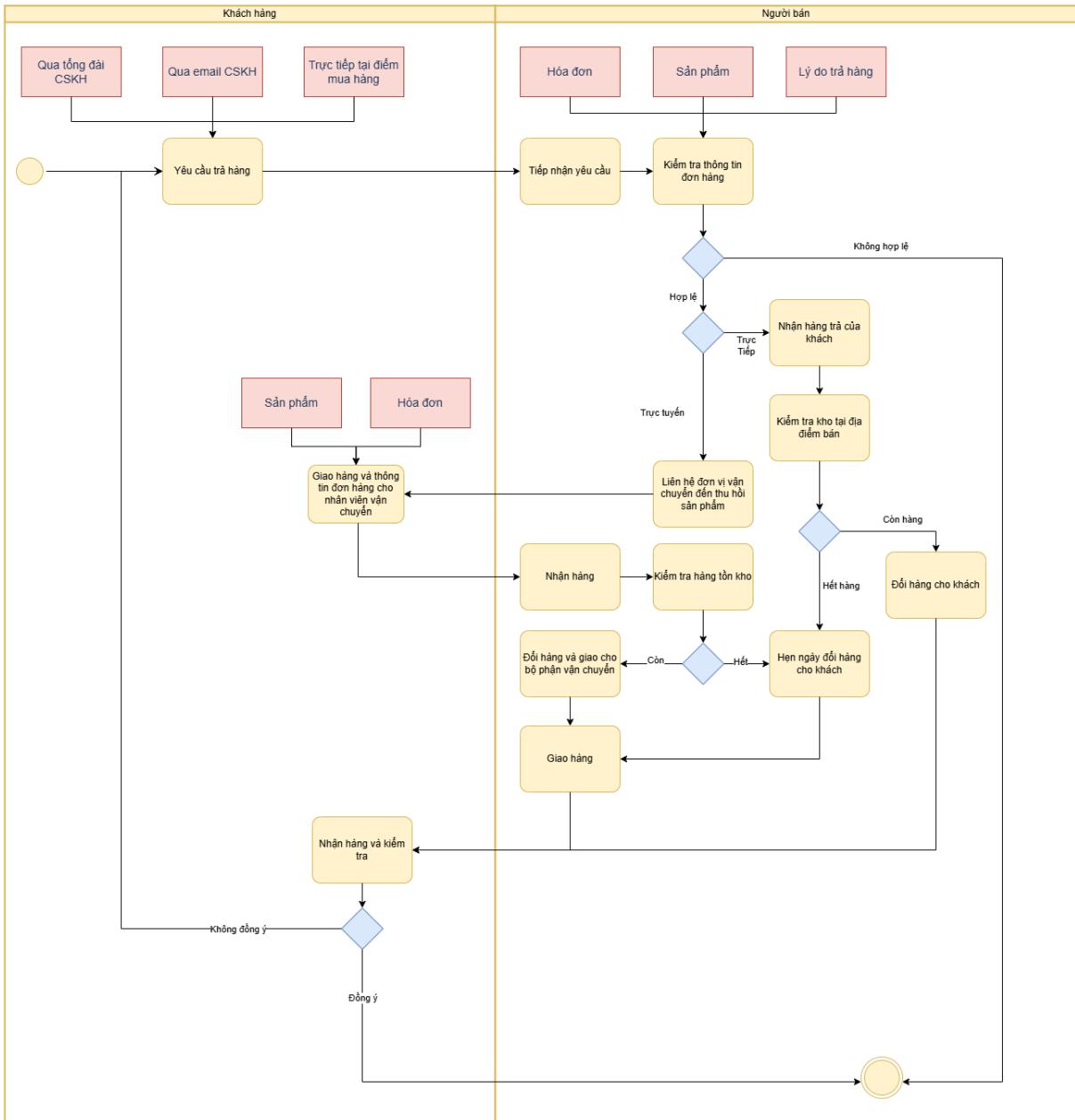
Bước 4: Hoàn tiền hoặc đổi hàng.

Nếu khách hàng lựa chọn đổi sản phẩm, hàng thay thế sẽ được giao đến đúng địa chỉ mà khách hàng cung cấp trong quá trình xử lý. Trong trường hợp khách hàng yêu cầu hoàn tiền, số tiền sẽ được hoàn lại bằng tiền mặt hay thông qua đối tác thanh toán, tùy theo phương thức ban đầu.

Bước 5: Xác nhận hoàn tất và chăm sóc sau đổi trả.

Sau khi quá trình hoàn tiền hoặc đổi hàng được hoàn tất, Vinamilk sẽ gửi thông báo xác nhận qua email hoặc tin nhắn SMS đến khách hàng. Đồng thời, doanh nghiệp cũng ghi nhận ý kiến phản hồi của khách hàng về trải nghiệm trong quá trình đổi trả, qua đó liên tục cải tiến chất lượng dịch vụ hậu mãi và nâng cao mức độ hài lòng của người tiêu dùng.

1.4.5. Workflow Trả hàng



Hình 7. Workflow Trả hàng

2. Phân hệ Marketing

2.1. Giới thiệu phân hệ

Mô hình logic của phân hệ marketing bắt đầu từ các đầu vào gồm: nghiên cứu thị trường, phân tích đối thủ, xu hướng PESTEL, chân dung khách hàng và nguồn lực tiếp thị. Doanh nghiệp sau đó triển khai các hoạt động như phân tích thị trường, phân khúc khách hàng, lập kế hoạch chiến dịch marketing đa kênh, tự động hóa, cá nhân hóa, thu thập dữ liệu khách hàng và đo lường hiệu quả. Các đầu ra bao gồm chiến dịch được triển khai đồng bộ, dữ liệu khách hàng được cập nhật, tỷ lệ chuyển đổi và tương tác tăng. Kết quả cuối cùng là tăng nhận diện thương hiệu, doanh số và độ trung thành của khách hàng.

2.2. Mô hình 3 chức năng

2.2.1. Mô hình Logic

Mô hình logic của phân hệ marketing bắt đầu từ các đầu vào gồm: nghiên cứu thị trường, phân tích đối thủ, xu hướng PESTEL, chân dung khách hàng và nguồn lực tiếp thị. Doanh nghiệp sau đó triển khai các hoạt động như phân tích thị trường, phân khúc khách hàng, lập kế hoạch chiến dịch marketing đa kênh, tự động hóa, cá nhân hóa, thu thập dữ liệu khách hàng và đo lường hiệu quả. Các đầu ra bao gồm chiến dịch được triển khai đồng bộ, dữ liệu khách hàng được cập nhật, tỷ lệ chuyển đổi và tương tác tăng. Kết quả cuối cùng là tăng nhận diện thương hiệu, doanh số và độ trung thành của khách hàng.

2.2.2. Mô hình vật lý ngoài

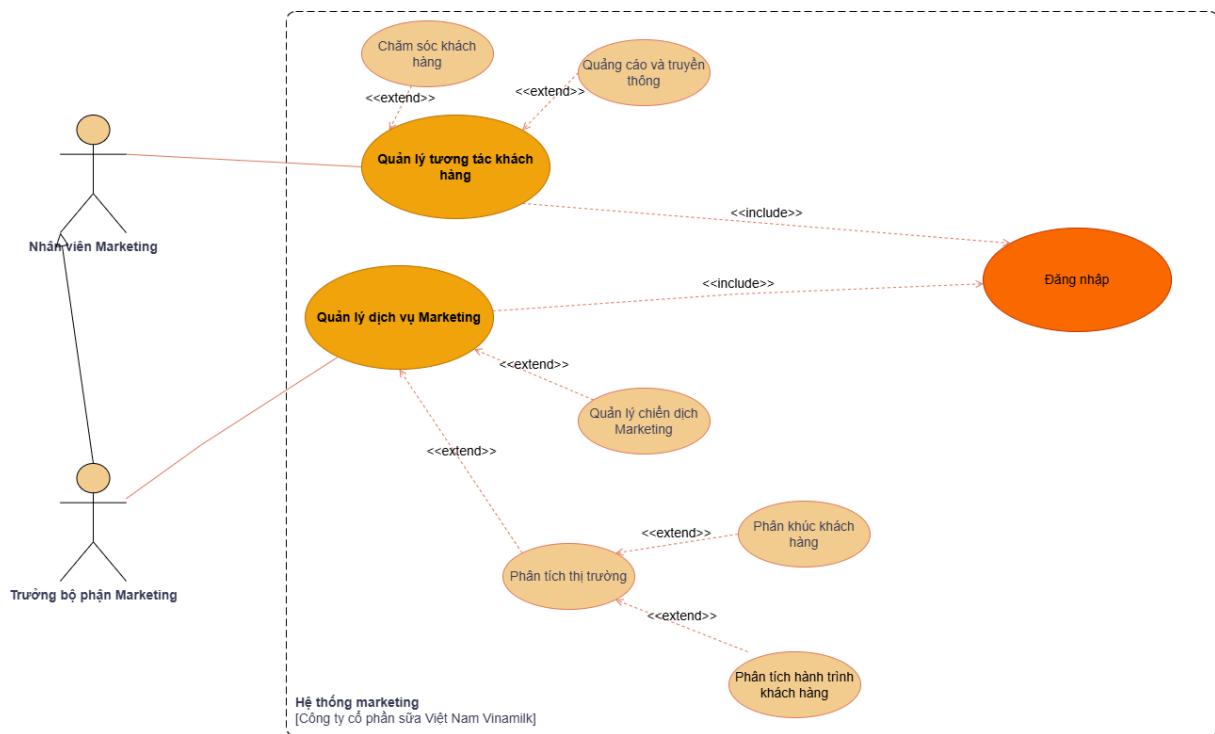
Mô hình vật lý ngoài của quy trình marketing gồm các công cụ và hệ thống hỗ trợ thu thập và phân tích dữ liệu, như phần mềm CRM và nghiên cứu thị trường. Doanh nghiệp sử dụng các kênh truyền thông online và offline kết hợp với tự động hóa marketing để tối ưu hóa tiếp cận và cá nhân hóa nội dung. Quá trình đo lường hiệu quả chiến dịch được hỗ trợ bởi công cụ như GA4 và Meta Ads Manager, đồng thời quản lý dữ liệu khách hàng qua Data Warehouse hay CDP để chăm sóc và duy trì mối quan hệ lâu dài. Mục tiêu là nâng cao hiệu quả chiến dịch và xây dựng thương hiệu bền vững.

2.2.3. Mô hình vật lý trong

Tập trung vào việc sử dụng các công cụ công nghệ và hệ thống hỗ trợ để thu thập và phân tích dữ liệu. Các phần mềm CRM và hệ thống phân tích hành vi khách hàng

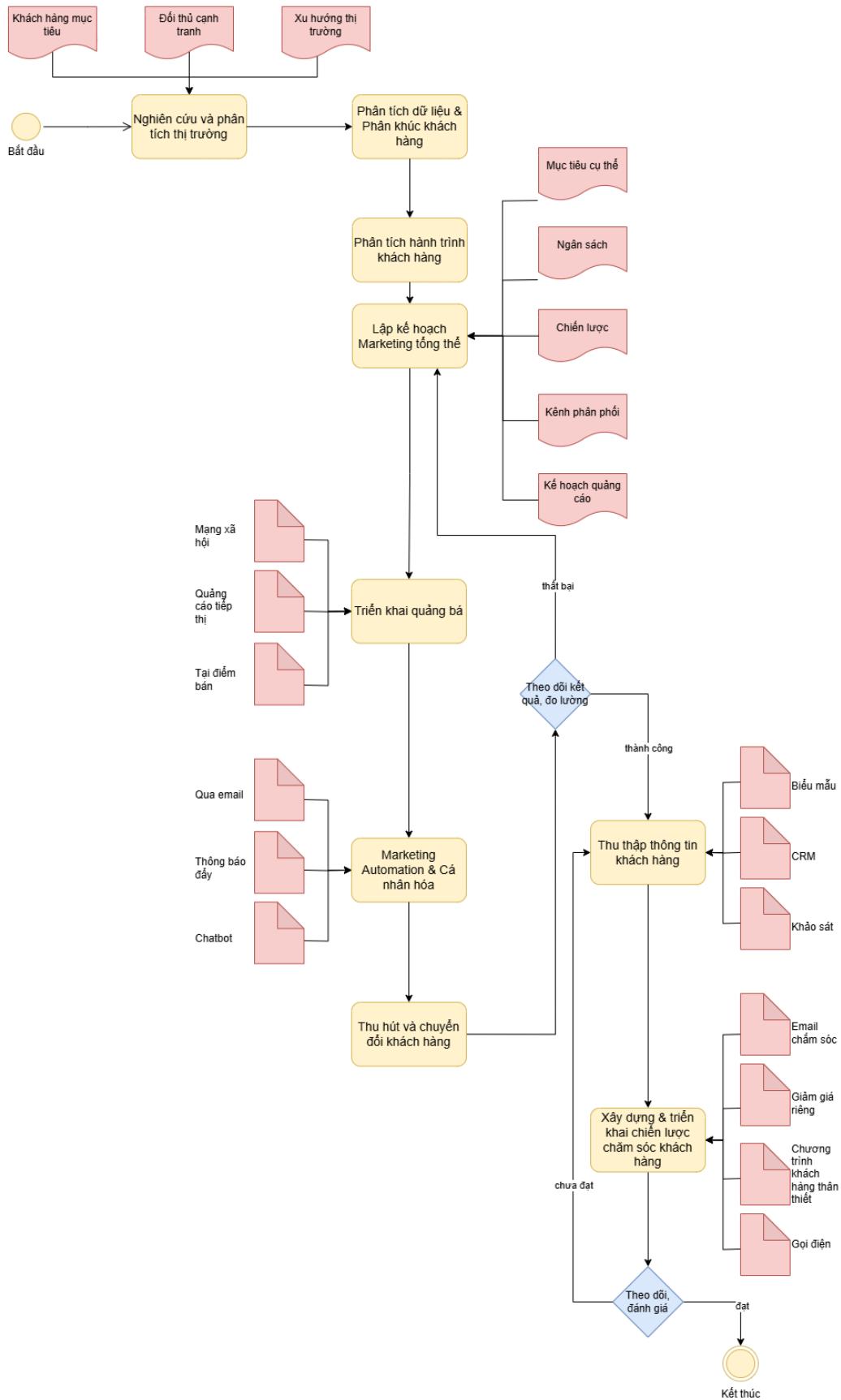
giúp doanh nghiệp quản lý dữ liệu khách hàng, từ đó tạo ra chiến lược marketing cá nhân hóa. Các kênh truyền thông online (website, mạng xã hội, quảng cáo trả phí) và offline (sự kiện, POSM) được triển khai đồng bộ để tăng cường nhận diện thương hiệu. Tự động hóa và phân tích hiệu quả chiến dịch thông qua công cụ như GA4, Meta Ads Manager giúp tối ưu hóa quá trình marketing. Cuối cùng, việc lưu trữ và quản lý dữ liệu khách hàng trong Data Warehouse hoặc CDP hỗ trợ việc chăm sóc khách hàng sau bán, giữ chân khách hàng lâu dài và gia tăng giá trị vòng đời khách hàng.

2.2.4. Use-cases Marketing



Hình 8. Use-cases Diagram Marketing

2.2.5. Workflow Marketing



Hình 9. Workflow Marketing

3. Phân hệ CRM

3.1. Giới thiệu phân hệ

Phân hệ CRM (Customer Relationship Management) của Vinamilk được thiết kế nhằm tối ưu hóa quá trình quản lý và chăm sóc khách hàng, đồng thời hỗ trợ hiệu quả cho các hoạt động bán hàng. Dựa trên quy trình vận hành thực tế, hệ thống CRM giúp doanh nghiệp tiếp nhận và xử lý thông tin khách hàng từ những bước đầu tiên như gọi điện, chat hỏi thông tin sản phẩm. Bộ phận chăm sóc khách hàng sẽ nhanh chóng thu thập và lưu trữ thông tin, phân loại và chuyển danh sách khách hàng tiềm năng sang bộ phận bán hàng.

3.2. Các chức năng của phân hệ

- Tiếp nhận và lưu trữ thông tin khách hàng từ các kênh như điện thoại, chat, email.
- Quản lý và phân loại khách hàng tiềm năng.
- Chuyển tiếp danh sách khách hàng tiềm năng đến bộ phận bán hàng.
- Hỗ trợ theo dõi toàn bộ quy trình tiếp cận, tư vấn và bán hàng.
- Ghi nhận lý do thất bại trong quá trình tư vấn hoặc bán hàng.
- Phân tích dữ liệu để cải tiến quy trình chăm sóc và bán hàng.
- Tăng cường kết nối và phối hợp giữa các bộ phận liên quan.
- Nâng cao chất lượng dịch vụ và trải nghiệm khách hàng.

3.3. Mô hình 3 chức năng

3.3.1. Mô hình Logic

Phân hệ CRM của Vinamilk được thiết kế theo mô hình logic gồm ba phần: đầu vào, hoạt động chính và đầu ra. Đầu vào là thông tin khách hàng thu thập qua các kênh như gọi điện, chat hoặc email. Dữ liệu này được bộ phận chăm sóc khách hàng xử lý, lập danh sách khách hàng tiềm năng và chuyển sang bộ phận bán hàng. Các hoạt động chính gồm: quản lý thông tin, theo dõi quá trình tiếp cận – tư vấn – bán hàng, và ghi nhận kết quả để đánh giá hiệu quả. Đầu ra là danh mục khách hàng, dữ liệu bán hàng, tỷ lệ chuyển đổi và báo cáo hỗ trợ cài tiến. Mô hình này giúp tăng hiệu quả quản lý khách hàng và tối ưu quy trình bán hàng.

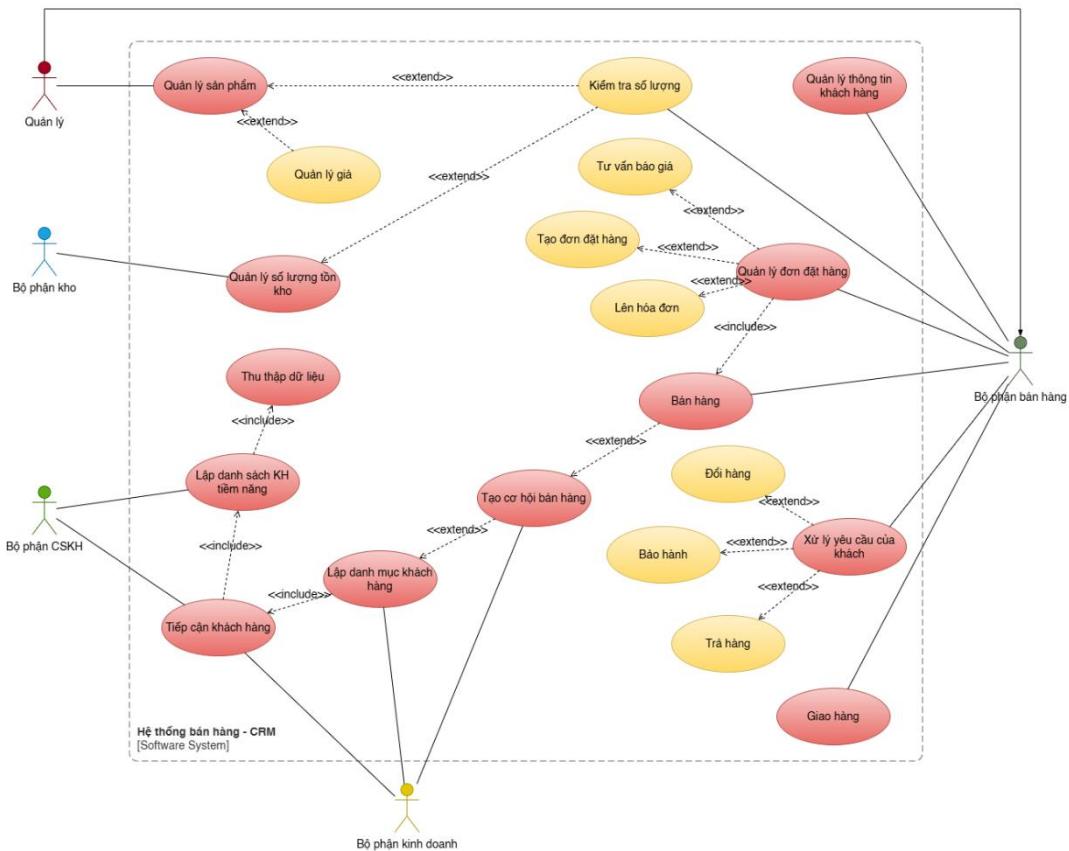
3.3.2. Mô hình vật lý ngoài

Mô hình vật lý ngoài của phân hệ CRM Vinamilk thể hiện cách hệ thống tương tác với các tác nhân bên ngoài như khách hàng, tổng đài, email và nền tảng chat. Khách hàng khởi tạo quy trình bằng cách liên hệ hỏi thông tin; dữ liệu sau đó được xử lý, phân loại và chuyển tiếp giữa các bộ phận chăm sóc khách hàng và bán hàng. Hệ thống CRM đồng thời kết nối với các công cụ hỗ trợ và báo cáo, đảm bảo quy trình chăm sóc – bán hàng diễn ra đồng bộ và hiệu quả.

3.3.3. Mô hình vật lý trong

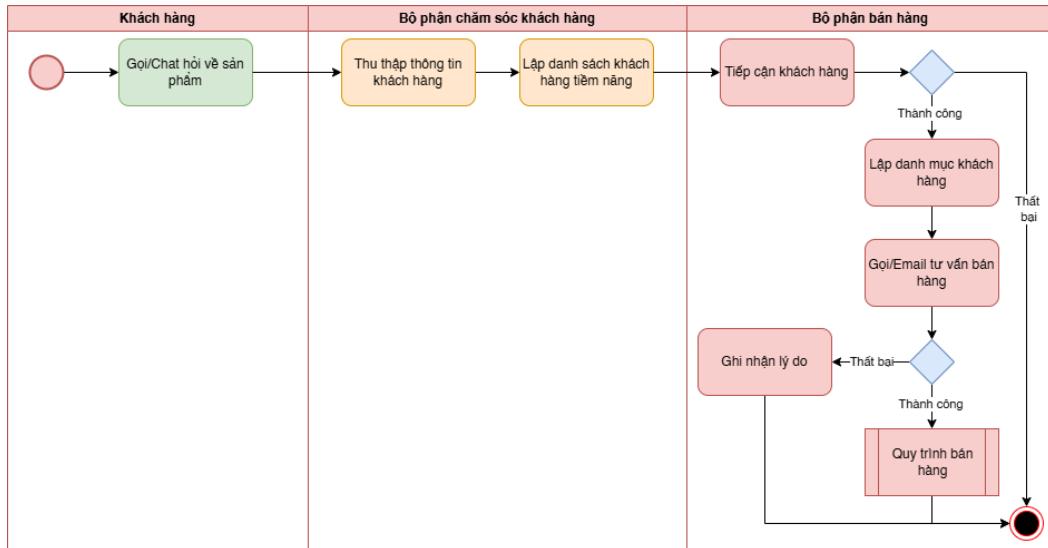
Mô hình vật lý trong của phân hệ CRM Vinamilk mô tả cách các thành phần nội bộ như cơ sở dữ liệu khách hàng, module chăm sóc, quản lý khách hàng tiềm năng, bán hàng, phân tích và báo cáo phối hợp xử lý và lưu chuyển dữ liệu. Hệ thống cũng tích hợp với các nền tảng khác qua API nhằm đồng bộ thông tin và tối ưu hoạt động chăm sóc, tư vấn và bán hàng.

3.3.4. Use-cases CRM



Hình 10. Use-cases Diagram CRM

3.3.5. Workflow CRM



Hình 11. Workflow CRM

CHƯƠNG V: TRIỂN KHAI ODOO

1. Phân hệ bán hàng

1.1. Đội ngũ bán hàng

<input type="checkbox"/> Bộ phận sales	Bí danh	Trưởng nhóm
<input type="checkbox"/> grid Bán hàng 1	info	N Nguyễn Nhuận Tiến
<input type="checkbox"/> grid Bán hàng 2	Bí danh vô hoạt	N Nguyễn Phạm Hồng Ngọc

Hình 12. Thiết lập đội ngũ bán hàng

1.2. Quản lý danh mục sản phẩm và sản phẩm

Tên Sản Phẩm	Mã Sản Phẩm	Giá
Bột ăn dặm vị Cá hồi 200g	[VNMO63]	35.000,00 ₫
Bột ăn dặm vị Rau củ 200g	[VNMO60]	35.000,00 ₫
Kem vị Cà phê	[VNMO58]	12.000,00 ₫
Kem vị Sầu riêng	[VNMO55]	12.000,00 ₫
Khoán trả trước (POS)		0,00 ₫
Nước giải khát vị Trà xanh 500ml	[VNMO68]	10.000,00 ₫
Nước trái cây vị Dưa hấu 350ml	[VNMO78]	15.000,00 ₫
Bột ăn dặm vị Gà rau củ 200g	[VNMO62]	35.000,00 ₫
Bột ăn dặm vị Thịt bò 200g	[VNMO61]	35.000,00 ₫
Kem vị Dâu	[VNMO53]	12.000,00 ₫
Kem vị Vani	[VNMO51]	12.000,00 ₫
Nước giải khát vị Chanh muối 500ml	[VNMO67]	10.000,00 ₫
Nước giải khát vị Trà đào 500ml	[VNMO69]	10.000,00 ₫
Nước trái cây vị Dứa 350ml	[VNMO76]	15.000,00 ₫
Bột ăn dặm vị Gạo sữa 200g	[VNMO59]	35.000,00 ₫
Bột ăn dặm vị Trứng gà 200g	[VNMO66]	35.000,00 ₫
Kem vị Matcha	[VNMO54]	12.000,00 ₫
Kem vị Xoài	[VNMO56]	12.000,00 ₫
Nước giải khát vị Nước khoáng 500ml	[VNMO70]	10.000,00 ₫
Nước trái cây vị Cam 350ml	[VNMO72]	15.000,00 ₫
Nước trái cây vị Lựu 350ml	[VNMO80]	15.000,00 ₫
Bột ăn dặm vị Khoai lang 200g	[VNMO65]	35.000,00 ₫
Bột ăn dặm vị Yến mạch 200g	[VNMO64]	35.000,00 ₫
Kem vị Socola	[VNMO52]	12.000,00 ₫
Kem vị Đậu xanh	[VNMO57]	12.000,00 ₫
Nước giải khát vị Nước suối 500ml	[VNMO71]	10.000,00 ₫
Nước trái cây vị Chanh dây 350ml	[VNMO77]	15.000,00 ₫
Nước trái cây vị Măng cụt 350ml	[VNMO79]	15.000,00 ₫

Hình 13. Danh mục sản phẩm

Tên Sản Phẩm	Mã Sản Phẩm	Giá
Bột ăn dặm vị Cá hồi 200g	[VNMO63]	35.000,00 ₫
Bột ăn dặm vị Rau củ 200g	[VNMO60]	35.000,00 ₫
Kem vị Cà phê	[VNMO58]	12.000,00 ₫
Kem vị Sầu riêng	[VNMO55]	12.000,00 ₫
Khoán trả trước (POS)		0,00 ₫
Nước giải khát vị Trà xanh 500ml	[VNMO68]	10.000,00 ₫
Nước trái cây vị Dưa hấu 350ml	[VNMO78]	15.000,00 ₫
Bột ăn dặm vị Gà rau củ 200g	[VNMO62]	35.000,00 ₫
Bột ăn dặm vị Thịt bò 200g	[VNMO61]	35.000,00 ₫
Kem vị Dâu	[VNMO53]	12.000,00 ₫
Kem vị Vani	[VNMO51]	12.000,00 ₫
Nước giải khát vị Chanh muối 500ml	[VNMO67]	10.000,00 ₫
Nước giải khát vị Trà đào 500ml	[VNMO69]	10.000,00 ₫
Nước trái cây vị Dứa 350ml	[VNMO76]	15.000,00 ₫
Bột ăn dặm vị Gạo sữa 200g	[VNMO59]	35.000,00 ₫
Bột ăn dặm vị Trứng gà 200g	[VNMO66]	35.000,00 ₫
Kem vị Matcha	[VNMO54]	12.000,00 ₫
Kem vị Xoài	[VNMO56]	12.000,00 ₫
Nước giải khát vị Nước khoáng 500ml	[VNMO70]	10.000,00 ₫
Nước trái cây vị Cam 350ml	[VNMO72]	15.000,00 ₫
Nước trái cây vị Lựu 350ml	[VNMO80]	15.000,00 ₫
Bột ăn dặm vị Khoai lang 200g	[VNMO65]	35.000,00 ₫
Bột ăn dặm vị Yến mạch 200g	[VNMO64]	35.000,00 ₫
Kem vị Socola	[VNMO52]	12.000,00 ₫
Kem vị Đậu xanh	[VNMO57]	12.000,00 ₫
Nước giải khát vị Nước suối 500ml	[VNMO71]	10.000,00 ₫
Nước trái cây vị Chanh dây 350ml	[VNMO77]	15.000,00 ₫
Nước trái cây vị Măng cụt 350ml	[VNMO79]	15.000,00 ₫

Hình 14. Danh sách sản phẩm

1.2.1. Bảng giá

VD1: Bảng giá giảm 20% áp dụng khi mua từ 20 sản phẩm “Sữa bột pha sẵn dạng nước cho người lớn 180ml”

Mở: Quy tắc bảng giá X

Áp dụng cho? Sản phẩm Danh mục SL tối thiểu? 20,00

Sản phẩm? [VNM012] Sữa bột pha sẵn dạng nước cho người Thời hạn hiệu lực?

Loại giá? Chiết khấu Công thức Giá cố định

Chiết khấu? 20,00 % trên giá bán

CÀI ĐẶT CÔNG TY

Tiền tệ VND

Lưu **Hủy bỏ**

Hình 15. Bảng giá VD1

Mới Bảng giá Giảm 20% (VND) *

In

Giảm 20%

Tiền tệ	VND	Nhóm quốc gia
Quy tắc giá	Thương mại điện tử	
Áp dụng cho	Giá	Số lượng tối... Ngày bắt đầu Ngày kết thúc
[VNM012] Sữa bột pha sẵn dạng nước cho người lớn 180ml	Chiết khấu 20 % trên giá bán	20,00
Thêm một dòng		

Hình 16. Bảng giá VD1

VD2: Bảng giá giảm 5% áp dụng khi mua từ 3 sản phẩm bất kỳ

Mở: Quy tắc bảng giá

Áp dụng cho Sản phẩm Danh mục SL tối thiểu 3,00

Sản phẩm Tất cả sản phẩm Thời hạn hiệu lực

Loại giá Chiết khấu Công thức Giá cố định

Chiết khấu 5,00 % trên giá bán

CÀI ĐẶT CÔNG TY

Tiền tệ VND

Lưu **Hủy bỏ**

Hình 17. Bảng giá VD2

Mới Bảng giá Giảm 5% cho Khách hàng mua từ 3 sản phẩm bất kỳ (VND)

In

Giảm 5% cho Khách hàng mua từ 3 sản phẩm bất kỳ

Tiền tệ	Nhóm quốc gia		
VND			
Quy tắc giá Thương mại điện tử			
Áp dụng cho	Giá	Số lượng tối... Ngày bắt đầu	Ngày kết thúc
Tất cả sản phẩm	Chiết khấu 5 % trên giá bán	3,00	<input type="checkbox"/>
Thêm một dòng			

Hình 18. Bảng giá VD2

1.2.2. Danh sách bảng giá

Tên bảng giá	Nhóm quốc gia	Tiền tệ	Có thể chọn
Mặc định	VND	<input type="checkbox"/>	
Giảm 20%	VND	<input type="checkbox"/>	
Giảm 5% cho Khách hàng mua từ 3 sản phẩm bất kỳ	VND	<input type="checkbox"/>	
Bột ăn dặm từ 3 lon giảm 5%	VND	<input type="checkbox"/>	
Mua 2 lon sữa người lớn giảm 100k	VND	<input type="checkbox"/>	

Hình 19. Danh sách bảng giá

1.3. Quản lý khách hàng

1.3.1. Tạo khách hàng

The screenshot shows the Odoo CRM module. At the top, there's a purple header bar with tabs: Bán hàng, Đơn hàng, Cản xuất hóa đơn, Sản phẩm, Báo cáo, and Cấu hình. Below the header, a toolbar has a 'Mới' button, a search bar with 'Khách hàng' and 'Nguyễn Trọng Tài', and several status indicators: Cuộc họp (0), Cơ hội (0), \$ Bán hàng (0), Đã xuất hóa đơn (0,00), and Nhiệm vụ (0). The main content area shows a customer record for 'Nguyễn Trọng Tài'. It includes sections for Contact Information (Liên hệ) and Work Information (Vị trí công việc). Below this, there's a section for Company Information (Đơn vị) and a note about Tax Number (Mã số thuế). A sidebar on the right contains a camera icon with a plus sign. At the bottom, there are tabs for Contact & Address (Liên hệ & Địa chỉ), Sales and Purchase (Bán hàng và Mua hàng), Invoices (Hóa đơn), Notes (Ghi chú nội bộ), and Partnerships (Phân công đối tác). A 'Thêm' (Add) button is visible.

Hình 20. Tạo khách hàng

The screenshot shows a list of customer records in the Odoo CRM module. The list is organized in a grid with four columns per row. Each row contains a small profile picture, the customer's name, their position, and contact information. The columns are: Name, Position, Address, and Rating/Score. The names listed are: Hoàng Anh Tú, Hoàng Tân Trang, Hoàng Văn Trang, Hoàng Xuân Nhung; Huỳnh Hữu Nam, Huỳnh Hữu Tú, Huỳnh Tân Hiếu, Huỳnh Văn Nhung; Lê Anh Nhung, Lê Hữu Dũng, Nguyễn Anh Nhung, Nguyễn Khanh; Nguyễn Khanh, Nguyễn Khanh, Nguyễn Minh Bình, Nguyễn Thanh Trang; and Nguyễn Trọng Tài. Each row also includes a small circular icon with a minus sign.

Hình 21. Danh sách khách hàng

1.4. Quản lý bán hàng trực tiếp

Bán hàng trực tiếp (POS): Đây là cách bán hàng được thiết kế cho các tình huống bán lẻ tại cửa hàng. Nhân viên chỉ cần mở màn hình bán hàng POS, chọn sản phẩm,

chọn phương thức thanh toán (tiền mặt, thẻ, v.v.) và hoàn tất giao dịch ngay lập tức. Mọi thứ diễn ra nhanh chóng, đơn giản, phù hợp với môi trường showroom hoặc siêu thị. Tồn kho sẽ được trừ ngay sau khi thanh toán xong.

1.4.1. Tạo hóa đơn

The screenshot shows the Odoo POS interface with a receipt for a meal deal. The receipt details are as follows:

Sản Phẩm	Số Lượng	Đơn Giá	Tổng Giá
Bột ăn dặm vị Cá hồi 200g	10,00	38.500 đ / Đơn vị	385.000 đ
Kem vị Dâu	1,00	x 13.200 đ / Đơn vị	13.200 đ
Bột ăn dặm vị Gà rau củ 200g	3,00	x 38.500 đ / Đơn vị	115.500 đ
Tổng			524.590 đ

Below the receipt, there is a table for entering discounts:

Khách hàng	Ghi chú nội bộ	Tác vụ	
1	2	3	SL
4	5	6	%
7	8	9	Giá
+/-	0	,	☒

The right side of the screen displays a grid of product thumbnails, including various types of baby food, ice cream, and juices.

Hình 22. Màn hình bán hàng trực tiếp

The screenshot shows the breakdown of a meal deal with a 5% discount applied. The items and their prices are:

- Bột ăn dặm vị Cá hồi 200g: 385.000 đ
- Kem vị Dâu: 13.200 đ
- Bột ăn dặm vị Gà rau củ 200g: 115.500 đ
- Tổng**: 524.590 đ
- 5% ở đơn hàng của bạn**: -27.610 đ

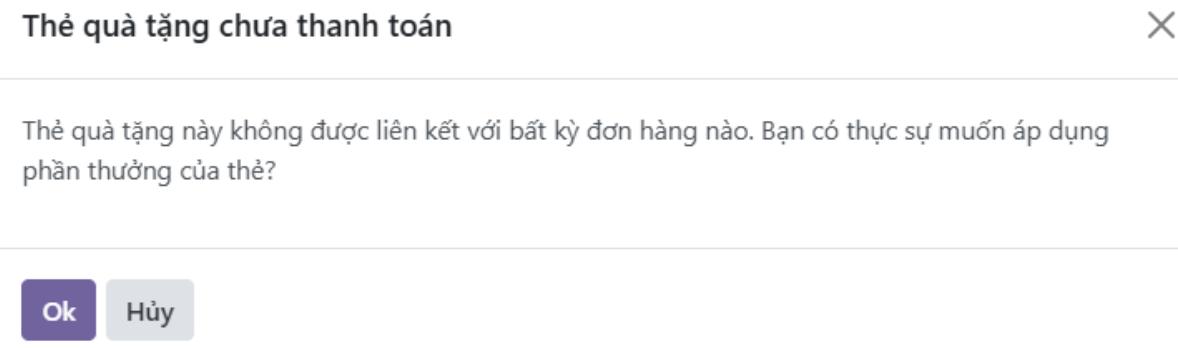
The discount is calculated as 1,00 x -27.610 đ / Đơn vị.

Hình 23. Áp dụng mã voucher

- Thêm Thẻ quà tặng & ví điện tử: “0449-428a-4568”



Hình 24. Thêm thẻ quà tặng

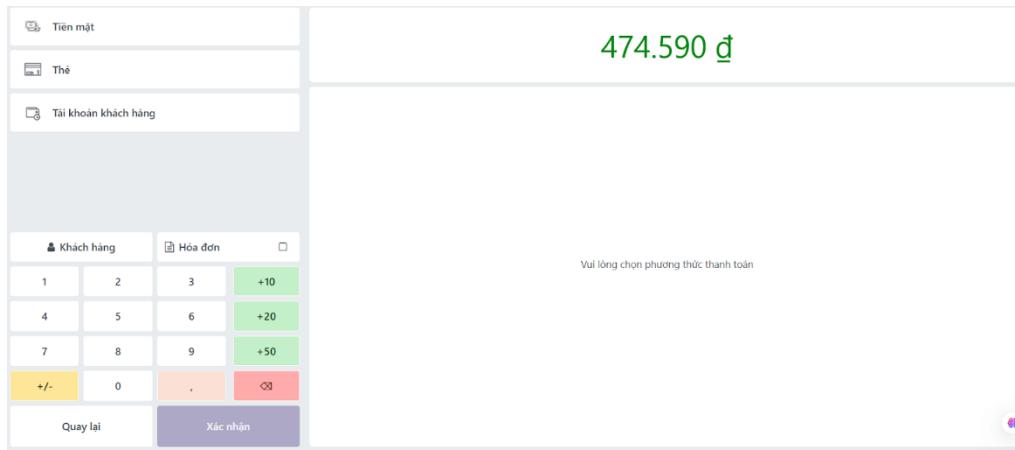


Hình 25. Áp dụng thẻ quà tặng

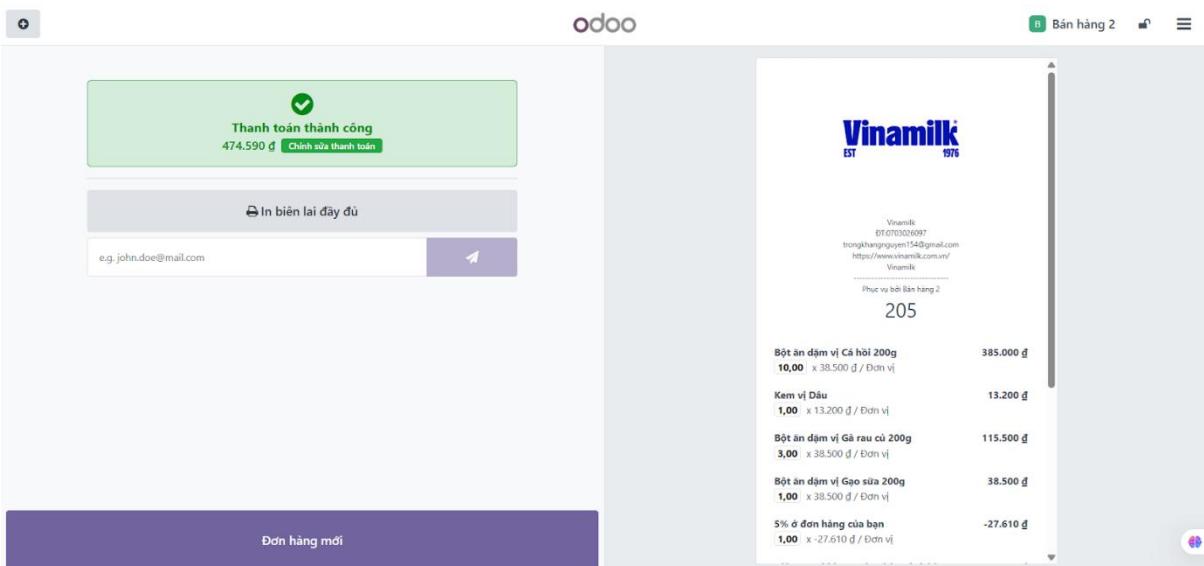
1,00	x 13.200 ₫ / Đơn vị	
Bột ăn dặm vị Gà rau củ 200g		115.500 ₫
3,00	x 38.500 ₫ / Đơn vị	
Bột ăn dặm vị Gạo sữa 200g		38.500 ₫
1,00	x 38.500 ₫ / Đơn vị	
5% ở đơn hàng của bạn		-27.610 ₫
1,00	x -27.610 ₫ / Đơn vị	
Giảm 50K khi mua đơn hàng bất kỳ		-50.000 ₫
1,00	x -50.000 ₫ / Đơn vị	
Số dư hiện tại: 50.000 ₫		
Thuế		47.690 ₫
Tổng		474.590 ₫

Hình 26. Màn hình tính tổng tiền

- Chọn phương thức thanh toán



Hình 27. Chọn phương thức thanh toán



Hình 28. Sau khi thanh toán



Vinamilk
ĐT:0703026097
trongkhangnguyen154@gmail.com
<https://www.vinamilk.com.vn/>
Vinamilk

Phục vụ bởi Bán hàng 2

205

Bột ăn dặm vị Cá hồi 385.000 ₫
200g
10,00 x 38.500 ₫ / Đơn vị

Kem vị Dâu 13.200 ₫
200g
1,00 x 13.200 ₫ / Đơn vị

Bột ăn dặm vị Gà rau củ 115.500 ₫
200g
3,00 x 38.500 ₫ / Đơn vị

Bột ăn dặm vị Gạo sữa 38.500 ₫
200g
1,00 x 38.500 ₫ / Đơn vị

5% ở đơn hàng của bạn -27.610 ₫
1,00 x -27.610 ₫ / Đơn vị

Giảm 50K khi mua đơn -50.000 ₫
hàng bất kỳ
1,00 x -50.000 ₫ / Đơn vị

Số tiền trước thuế 426.900 ₫
Thuế GTGT 10% trên 476.900 ₫ 47.690 ₫

TỔNG 474.590 ₫
Tiền mặt 474.590 ₫

Cảm ơn bạn đã mua hàng tại Vinamilk

Hình 29. Hóa đơn thanh toán

Danh sách hóa đơn

Điểm bán hàng Trang chủ Đơn hàng Sản phẩm Báo cáo Cấu hình

Đơn hàng 1-14 / 14

Mã đơn hàng	Phiên	Ngày	Điểm bán hàng	Số biên lai	Khách hàng	Thu ngân	Tổng	Trạng thái
<input type="checkbox"/> Vinamilk Đà Nẵng/0014	POS/00003	09/05/2025 07:44:43	Vinamilk Đà Nẵng	Đơn hàng 00003-001-0010	Đặng Thị Dung	Bán hàng 4	141.900 đ	Đã xuất hóa đơn
<input type="checkbox"/> Vinamilk Đà Nẵng/0013	POS/00003	09/05/2025 07:44:13	Vinamilk Đà Nẵng	Đơn hàng 00003-001-0009	Nguyễn Văn Nhungen	Bán hàng 4	953.700 đ	Đã xuất hóa đơn
<input type="checkbox"/> Vinamilk Đà Nẵng/0012	POS/00003	09/05/2025 07:43:48	Vinamilk Đà Nẵng	Đơn hàng 00003-001-0008	Hoàng Xuân Nhungen	Bán hàng 3	590.700 đ	Đã xuất hóa đơn
<input type="checkbox"/> Vinamilk Đà Nẵng/0011	POS/00003	09/05/2025 07:43:37	Vinamilk Đà Nẵng	Đơn hàng 00003-001-0007		Bán hàng 3	138.600 đ	Đã vào sổ
<input type="checkbox"/> Vinamilk Đà Nẵng/0010	POS/00003	09/05/2025 07:43:15	Vinamilk Đà Nẵng	Đơn hàng 00003-001-0006	Hoàng Văn Trang	Bán hàng 2	203.500 đ	Đã xuất hóa đơn
<input type="checkbox"/> Vinamilk Đà Nẵng/0009	POS/00003	09/05/2025 07:42:50	Vinamilk Đà Nẵng	Đơn hàng 00003-001-0005	Huỳnh Tấn Hiếu	Bán hàng 2	250.800 đ	Đã xuất hóa đơn
<input type="checkbox"/> Vinamilk Đà Nẵng/0008	POS/00003	09/05/2025 07:42:37	Vinamilk Đà Nẵng	Đơn hàng 00003-001-0004		Bán hàng 2	3.351.700 đ	Đã vào sổ
<input type="checkbox"/> Vinamilk Đà Nẵng/0007	POS/00003	09/05/2025 07:42:13	Vinamilk Đà Nẵng	Đơn hàng 00003-001-0003	Huỳnh Văn Nhungen	Bán hàng 1	301.400 đ	Đã xuất hóa đơn
<input type="checkbox"/> Vinamilk Đà Nẵng/0006	POS/00003	09/05/2025 07:41:44	Vinamilk Đà Nẵng	Đơn hàng 00003-001-0002	Hoàng Tân Trang	Bán hàng 1	913.000 đ	Đã xuất hóa đơn
<input type="checkbox"/> Vinamilk Đà Nẵng/0005	POS/00003	09/05/2025 07:41:18	Vinamilk Đà Nẵng	Đơn hàng 00003-001-0001	Đặng Thanh Lan	Bán hàng 1	962.500 đ	Đã xuất hóa đơn
<input type="checkbox"/> Vinamilk Đà Nẵng/0004	POS/00003	09/05/2025 07:40:49	Vinamilk Đà Nẵng	Đơn hàng 00002-004-0004	Đặng Văn Dũng	Bán hàng 4	306.048 đ	Đã vào sổ
<input type="checkbox"/> Vinamilk Đà Nẵng/0003	POS/00002	09/05/2025 07:27:46	Vinamilk Đà Nẵng	Đơn hàng 00002-005-0005		Bán hàng 2	474.590 đ	Đã vào sổ
<input type="checkbox"/> Vinamilk Đà Nẵng/0002	POS/00001	09/05/2025 01:03:58	Vinamilk Đà Nẵng	Đơn hàng 00001-003-0004	Đặng Văn Dũng	Bán hàng 4	64.950 đ	Đã xuất hóa đơn
<input type="checkbox"/> Vinamilk Đà Nẵng/0001	POS/00001	09/05/2025 01:00:17	Vinamilk Đà Nẵng	Đơn hàng 00001-001-0001	Đặng Thành Dũng	Administrator	116.600 đ	Đã xuất hóa đơn

Hình 30. Danh sách hóa đơn

Danh sách phiên

Điểm bán hàng Trang chủ Đơn hàng Sản phẩm Báo cáo Cấu hình

Điểm bán hàng 1-6 / 6

Vinamilk Đà Nẵng	Vinamilk TP Hồ Chí Minh	Vinamilk Đà Nẵng 2
Mở máy tính tiền	Mở máy tính tiền	Mở máy tính tiền
Vinamilk Đà Nẵng 3	Vinamilk Đà Nẵng 4	Vinamilk Đà Nẵng 5
Mở máy tính tiền	Mở máy tính tiền	Mở máy tính tiền

Hình 31. Danh sách phiên

Phiên 1-2 / 2

ID phiên	Điểm bán hàng	Được mở bởi	Ngày mở	Ngày đóng	Số dư đầu kỳ	Số dư cuối kỳ	Số dư đóng p...	Trạng thái
<input type="checkbox"/> POS/00002	Vinamilk Đà Nẵng	Administrator	09/05/2025 07:10:46	09/05/2025 07:29:49	300.000,00	774.590,00	774.590,00	Đã đóng & vào sổ
<input type="checkbox"/> POS/00001	Vinamilk Đà Nẵng	Administrator	09/05/2025 00:59:48	09/05/2025 01:06:09	50.000,00	0,00	166.600,00	Đã đóng & vào sổ

Hình 32. Thông tin phiên

Đóng phiên

Đang đóng máy tính tiền

1 đơn hàng: 474.590 ₫

Tiền mặt	774.590 ₫
Đang mở	300.000 ₫
▶ Thanh toán	+ 474.590 ₫
▶ Tiền thu/chí	+ 0 ₫
Đã đếm	774.590 ₫
Chênh lệch	0 ₫
Thẻ	0 ₫
▶ Thanh toán	+ 0 ₫
Chênh lệch	0 ₫
Tài khoản khách hàng	0 ₫
▶ Thanh toán	+ 0 ₫
Chênh lệch	0 ₫

Đếm tiền mặt

774590



Ghi chú đóng phiên

Thêm ghi chú đóng phiên...

Đóng máy tính tiền

Hủy bỏ

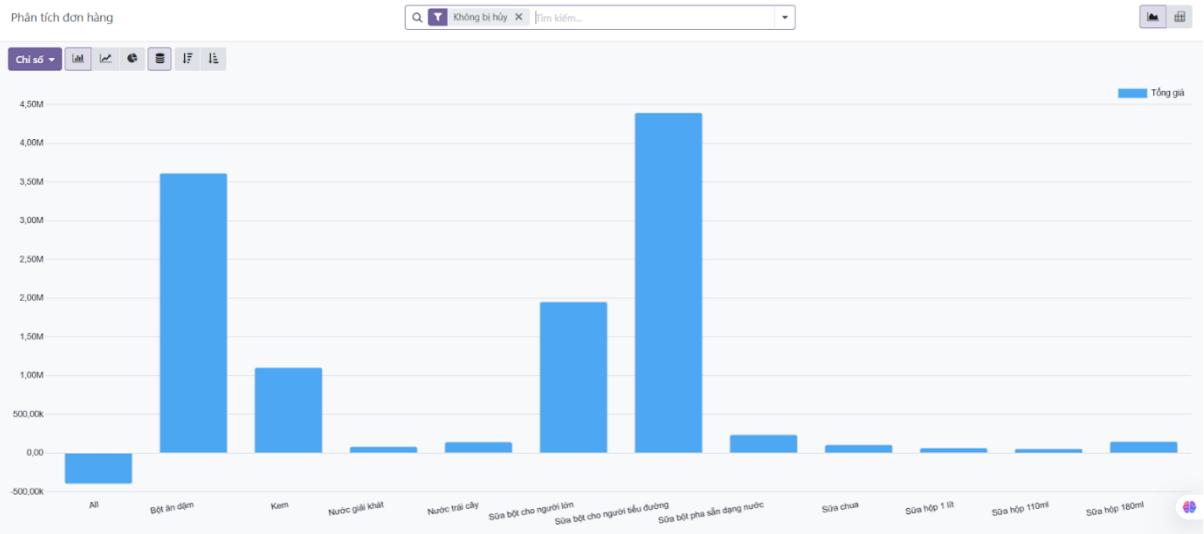
Tiền thu/chí

Doanh số hàng ngày

Hình 33. Thông tin đóng phiên

1.5. Báo cáo doanh thu

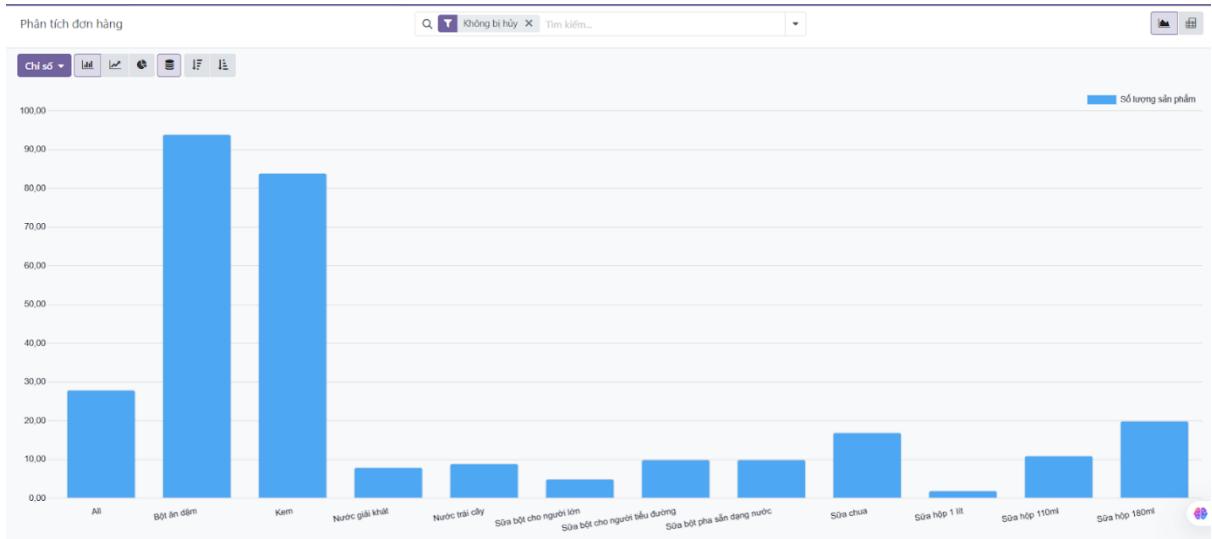
Theo từng sản phẩm



Hình 34. Doanh thu theo từng sản phẩm

Biểu đồ thể hiện tổng giá trị đơn hàng theo từng loại sản phẩm. Các sản phẩm có doanh thu cao nhất là **sữa bột pha sẵn dạng nước**, **bột ăn dặm**, và **sữa bột cho người tiêu dùng**. Một số sản phẩm như **nước giải khát** hay **sữa hộp nhỏ** có doanh thu thấp hơn rõ rệt

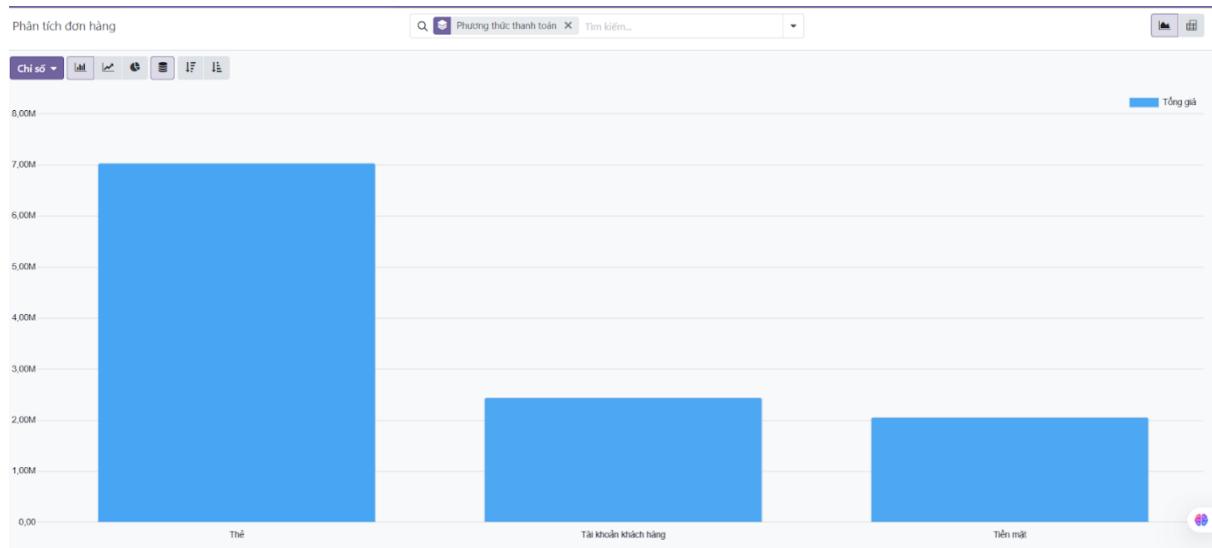
Theo số lượng sản phẩm



Hình 35. Báo cáo theo số lượng sản phẩm bán ra

Biểu đồ này thể hiện **số lượng sản phẩm bán ra** theo từng loại sản phẩm.

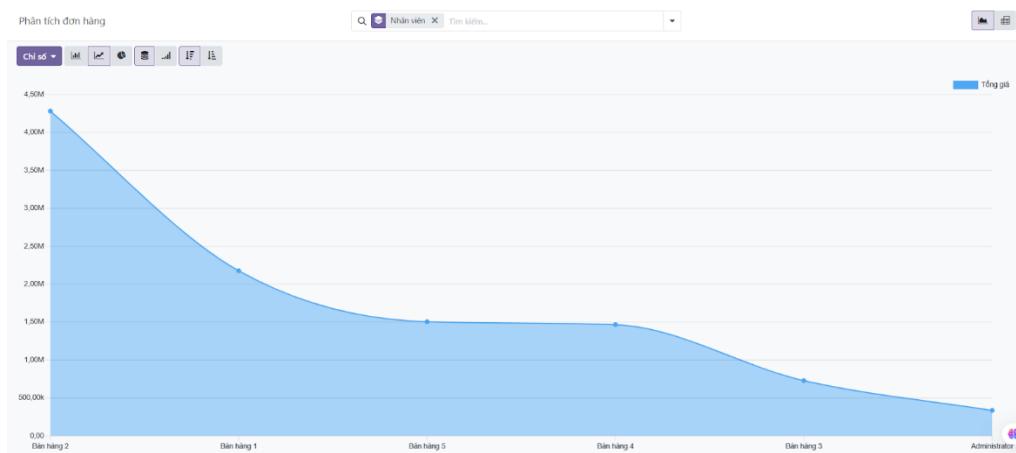
Theo phương thức thanh toán



Hình 36. Doanh thu theo phương thức thanh toán

Biểu đồ cho thấy **thẻ** là phương thức thanh toán chiếm tỷ trọng doanh thu cao nhất, vượt xa so với **tài khoản khách hàng** và **tiền mặt**.

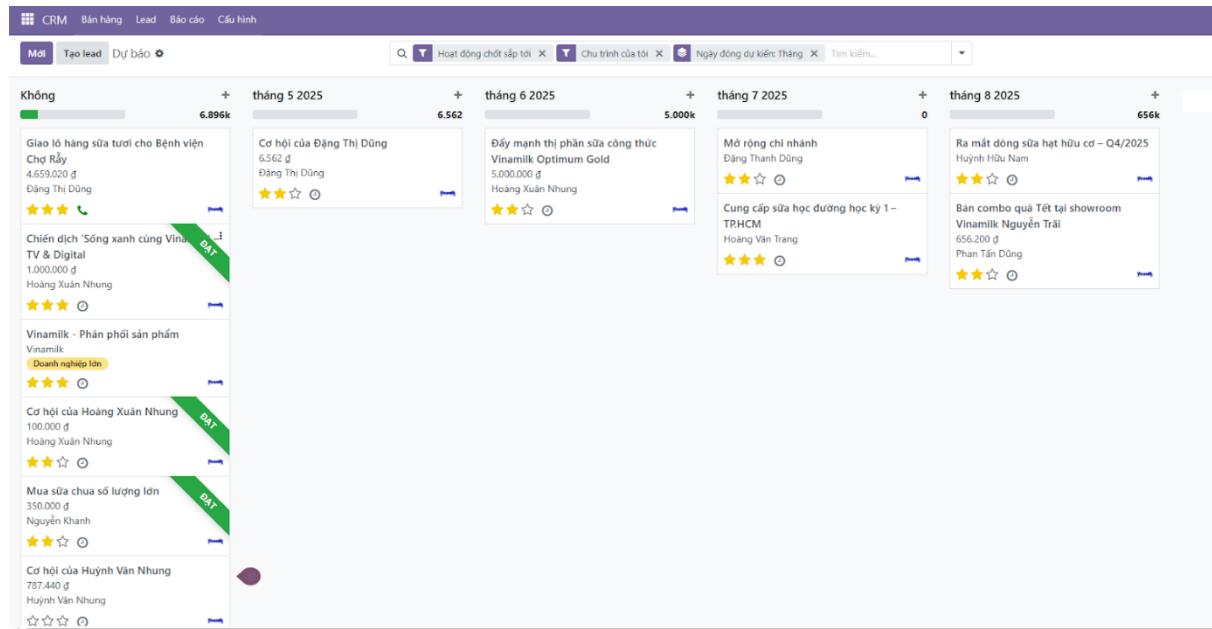
Báo cáo doanh thu theo nhân viên



Hình 37. Doanh thu theo nhân viên

Biểu đồ cho thấy **Bán hàng 2** đạt doanh thu cao nhất, tiếp theo là **Bán hàng 1** và các nhân viên khác, trong khi **Administrator** có doanh thu thấp nhất.

Sale Forecasting



Hình 38. Sale forecasting

1.6. Quy trình trả hàng

- Bấm vào “Vận chuyển”

Hoạt động	Thông tin bổ sung	Ghi chú
Sản phẩm	[VNM058] Kem vị Cà phê	Nhu cầu 100,00 Số lượng 100,00 Đơn vị Đơn vị
Thêm một dòng		

Hình 39. Màn hình trả hàng

Hóa đơn trả hàng

In Trả hàng Nhập Sẵn sàng Hoàn tất

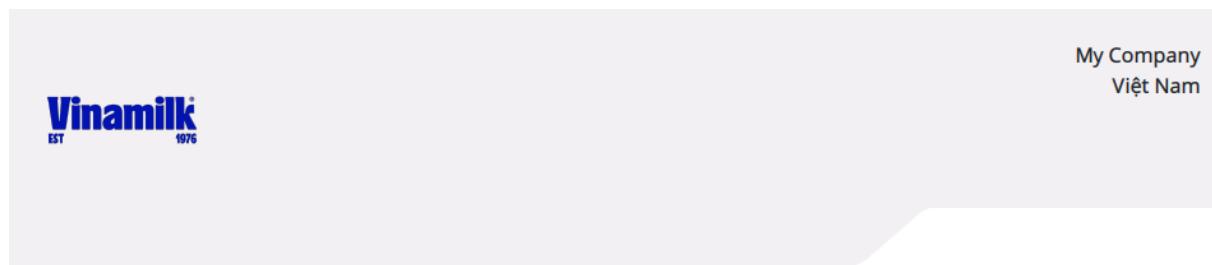
☆ WH/IN/00003

Nhập từ Huỳnh Văn Nhung Ngày đã lên lịch 09/05/2025 11:18:13
Loại hoạt động My Company: Phiếu nhập kho Ngày hiệu lực 09/05/2025 11:18:19
Chứng từ gốc Đơn trả hàng của WH/OUT/00015

Hoạt động Thông tin bổ sung Ghi chú

Sản phẩm	Nhu cầu	Số lượng	Đơn vị
[VNM058] Kem vị Cà phê	1,00	1,00	Đơn vị

Hình 40. Hóa đơn trả hàng



Địa chỉ nhà cung cấp
Huỳnh Văn Nhung
Khánh Hòa
📞 0961501212

Địa chỉ kho hàng
Vinamilk
10, Tân Trào, Phường Tân Phú, Quận 7
HCM
Việt Nam
📞 0703026097

WH/IN/00003

Đơn hàng Ngày vận chuyển
Đơn trả hàng của 09/05/2025 11:18:19
WH/OUT/00015

Sản phẩm	Đã đặt	Đã gửi đến
[VNM058] Kem vị Cà phê	1,00 Đơn vị	1,00 Đơn vị

Hình 41. Hóa đơn trả hàng

2. Phân hệ Marketing

2.1. Tao chiết khấu và khách hàng thân thiết

- Tạo chương trình khuyến mãi

Tên chương trình

Chương trình miễn phí vận chuyển cho đơn hàng từ 50K

Loại chương trình	Khuyến mãi		
Thiết lập các quy tắc có điều kiện cho đơn hàng sẽ cấp quyền truy cập phần thưởng cho khách hàng.			
Mỗi quy tắc có thể cấp điểm cho khách hàng mà họ sẽ có thể đổi lấy phần thưởng			
Tiền tệ	VND		
Bảng giá [?]	Mặc định (VND) X		
Đơn vị điểm	Điểm khuyến mãi		
Hiển thị điểm Đơn vị ?	<input type="checkbox"/>		
Kích hoạt chương trình ?	Tự động		
Sử dụng điểm trên	<input checked="" type="radio"/> Đơn hiện tại <input type="radio"/> Đơn hàng tương lai <input type="radio"/> Đơn hàng hiện tại & tương lai		

Quy tắc & Phần thưởng

Quy tắc có điều kiện

Phần thưởng

Nếu tối thiểu 50.00 dùng

Trao tặng

Thêm

1,00 Điểm khuyến mãi mỗi đơn

Miễn phí vận chuyển

Đối laily

Thêm

Thêm

Hình 42. Tạo chương trình khuyến mãi

- Tạo phiếu giảm giá

Giảm 10% giá trị đơn hàng cho đơn hàng từ 200k

Loại chương trình Phiếu giảm giá

Tạo & chia sẻ mã phiếu giảm giá theo cách thủ công. Nó có thể được sử dụng trong Thương mại điện tử, Điểm bán hàng hoặc các đơn đặt hàng thông thường để nhận Phần thưởng. Bạn có thể xác định các ràng buộc đối với việc sử dụng nó thông qua quy tắc có điều kiện.

Khi tạo phiếu giảm giá, bạn có thể xác định giá trị điểm cụ thể có thể đổi lấy phần thưởng.

Tiền tệ VND

Bảng giá ? Mặc định (VND) X

Đơn vị điểm Điểm phiếu giảm giá

Hiển thị điểm Đơn vị ?

Kích hoạt chương trình ? Sử dụng một mã

Sử dụng điểm trên

- Đơn hiện tại
- Đơn hàng tương lai
- Đơn hàng hiện tại & tương lai

Quy tắc & Phần thưởng

Quy tắc có điều kiện

Thêm

Nếu tối thiểu 1 (các) mặt hàng đã mua
Nếu tối thiểu 200.000,00 đồng

Phần thưởng

Thêm

10.00% chiết khấu trên đơn hàng của bạn
Đổi lấy
1.00 Điểm phiếu giảm giá

Hình 43. Tạo phiếu giảm giá

Mới	Tạo Phiếu giảm giá	Chiết khấu & Khách hàng th...	/ Giảm 10% giá trị đơn hàng cho đơn hàng...	<input type="text"/> Tìm kiếm...
Phiếu giảm giá *				
<input type="checkbox"/>	Mã	Số dư	Ngày hết ...	Chương trình
<input type="checkbox"/>	0449-b98d-46b0	1 Điểm phiếu giảm giá		Giảm 10% giá trị đơn hàng cho đơn hàng từ 200k
<input type="checkbox"/>	044c-5023-421b	1 Điểm phiếu giảm giá		Giảm 10% giá trị đơn hàng cho đơn hàng từ 200k
<input type="checkbox"/>	044b-749b-4cbf	1 Điểm phiếu giảm giá		Giảm 10% giá trị đơn hàng cho đơn hàng từ 200k
<input type="checkbox"/>	0440-a8e9-404b	1 Điểm phiếu giảm giá		Giảm 10% giá trị đơn hàng cho đơn hàng từ 200k
<input type="checkbox"/>	044f-d13a-4f15	1 Điểm phiếu giảm giá		Giảm 10% giá trị đơn hàng cho đơn hàng từ 200k
<input type="checkbox"/>	0443-edf2-4632	1 Điểm phiếu giảm giá		Giảm 10% giá trị đơn hàng cho đơn hàng từ 200k
<input type="checkbox"/>	0445-2389-4b9d	1 Điểm phiếu giảm giá		Giảm 10% giá trị đơn hàng cho đơn hàng từ 200k
<input type="checkbox"/>	044a-5a66-4bdf	1 Điểm phiếu giảm giá		Giảm 10% giá trị đơn hàng cho đơn hàng từ 200k
<input type="checkbox"/>	0446-54c7-41e1	1 Điểm phiếu giảm giá		Giảm 10% giá trị đơn hàng cho đơn hàng từ 200k
<input type="checkbox"/>	0446-f5ed-4239	1 Điểm phiếu giảm giá		Giảm 10% giá trị đơn hàng cho đơn hàng từ 200k

Hình 44. Danh sách phiếu giảm giá

• Tạo chương trình mua X tặng Y

Tên chương trình
Mua 4 lốc sữa chua tặng 1 lốc sữa chua

Loại chương trình	Mua X Tặng Y Cấp 1 tín dụng cho mỗi mặt hàng đã mua, sau đó thường cho khách hàng Y mặt hàng để đổi lấy X tín dụng.	Ngày bắt đầu ?	09/05/2025
Tiền tệ	VND	Ngày kết thúc ?	12/05/2025
Bảng giá ?	Mặc định (VND) ×	Giới hạn sử dụng	<input checked="" type="checkbox"/> đến 10 sử dụng
Đơn vị điểm	Điểm tín dụng	Có sẵn	<input checked="" type="checkbox"/> Điểm bán hàng <input checked="" type="checkbox"/> Bán hàng <input checked="" type="checkbox"/> Trang web
Hiển thị điểm Đơn vị ?	<input type="checkbox"/>	Điểm bán hàng ?	Tất cả POS
Kích hoạt chương trình ?	Tự động		
Sử dụng điểm trên	<input checked="" type="radio"/> Đơn hiện tại <input type="radio"/> Đơn hàng tương lai <input type="radio"/> Đơn hàng hiện tại & tương lai		
Quy tắc & Phần thưởng			
Quy tắc có điều kiện		Phần thưởng	
Nếu tôi mua 16 (các) mặt hàng đã mua	Trao tặng	Sản phẩm tặng	Đổi lấy
Trong số: Sữa chua	1,00 Điểm tín dụng mỗi đơn vị thanh toán	[TIPS] Tiền tip x 4 Sữa chua	2,00 Điểm tín dụng

Hình 45. Tạo chương trình mua X tặng Y

Mới	Chiết khấu & Khách hàng thân thiết	<input type="text"/> Tìm kiếm...	1-3 / 3 < >
<input type="checkbox"/>	Tên chương trình	Loại chương trình	Mặt hàng
<input type="checkbox"/>	Chương trình miễn phí vận chuyển cho đơn hàng từ 50K	Khuyến mãi	0 Khuyến mãi
<input type="checkbox"/>	Giảm 10% giá trị đơn hàng cho đơn hàng từ 200k	Phiếu giảm giá	10 Phiếu giảm giá
<input checked="" type="checkbox"/>	Mua 4 lốc sữa chua tặng 1 lốc sữa chua	Mua X Tặng Y	0 Khuyến mãi

Hình 46. Danh sách chương trình

2.2. Thẻ quà tặng và ví điện tử

Tên chương trình
Thẻ quà tặng 50K

Loại chương trình	Thẻ quà tặng	Có sẵn	<input checked="" type="checkbox"/> Điểm bán hàng <input checked="" type="checkbox"/> Bản hàng <input checked="" type="checkbox"/> Trang web				
Thẻ quà tặng được tạo thủ công hoặc tự động gửi qua email khi khách hàng đặt mua sản phẩm thẻ quà tặng. Sau đó, Thẻ quà tặng có thể được sử dụng để thanh toán đơn hàng.		Điểm bán hàng ?	Tất cả POS				
Sản phẩm thẻ quà tặng	Thẻ quà tặng X	Hiển thị	đ				
Sản phẩm chiết khấu ?	Thẻ quà tặng						
Mã Email	Thẻ quà tặng: Thông tin thẻ quà tặng						
In báo cáo ?	Thẻ quà tặng						
Tiền tệ	VND						
Kích hoạt chương trình ?	Tự động						
Sử dụng điểm trên	<input type="radio"/> Đơn hiện tại <input checked="" type="radio"/> Đơn hàng tương lai <input type="radio"/> Đơn hàng hiện tại & tương lai						
Phần thưởng <table border="1"> <tr> <td>1.00đ mỗi điểm chiết khấu trên đơn hàng của bạn</td> <td><u>Đổi lấy</u></td> </tr> <tr> <td colspan="2">50.000.00 đ</td> </tr> </table>				1.00đ mỗi điểm chiết khấu trên đơn hàng của bạn	<u>Đổi lấy</u>	50.000.00 đ	
1.00đ mỗi điểm chiết khấu trên đơn hàng của bạn	<u>Đổi lấy</u>						
50.000.00 đ							
Phần thưởng Thêm							

Hình 47. Tạo thẻ quà tặng

Mới	Tạo Thẻ quà tặng	Thẻ quà tặng & ví điện tử / Thẻ quà tặng 50K	Thẻ quà tặng	Tim kiếm...	Đối tác
<input type="checkbox"/>	Mã	Số dư	Ngày hết ...	Chương trình	
<input type="checkbox"/>	044b-60cc-4f5f	1 đ		Thẻ quà tặng 50K	
<input type="checkbox"/>	044e-951c-46f0	1 đ		Thẻ quà tặng 50K	
<input type="checkbox"/>	044b-10ee-4edf	1 đ		Thẻ quà tặng 50K	
<input type="checkbox"/>	0442-3c94-4c5e	1 đ		Thẻ quà tặng 50K	
<input type="checkbox"/>	0443-105b-411c	1 đ		Thẻ quà tặng 50K	
<input type="checkbox"/>	0445-4b65-4aa9	1 đ		Thẻ quà tặng 50K	
<input type="checkbox"/>	0446-08ad-4525	1 đ		Thẻ quà tặng 50K	
<input type="checkbox"/>	0446-bcd2-4269	1 đ		Thẻ quà tặng 50K	
<input type="checkbox"/>	0446-8a5a-4065	1 đ		Thẻ quà tặng 50K	
<input type="checkbox"/>	0444-5843-40b5	1 đ		Thẻ quà tặng 50K	
<input type="checkbox"/>	0444-4b76-48de	1 đ		Thẻ quà tặng 50K	
<input type="checkbox"/>	0446-bbc7-4955	1 đ		Thẻ quà tặng 50K	
<input type="checkbox"/>	0448-f6e2-4dda	1 đ		Thẻ quà tặng 50K	
<input type="checkbox"/>	0444-8199-4199	1 đ		Thẻ quà tặng 50K	
<input type="checkbox"/>	0441-7608-4278	1 đ		Thẻ quà tặng 50K	
<input type="checkbox"/>	0443-30f9-4cb4	1 đ		Thẻ quà tặng 50K	
<input type="checkbox"/>	0444-4c6b-4cbf	1 đ		Thẻ quà tặng 50K	
<input type="checkbox"/>	0449-4671-4012	1 đ		Thẻ quà tặng 50K	
<input type="checkbox"/>	0447-bbc1-49cf	1 đ		Thẻ quà tặng 50K	

Hình 48. Danh sách thẻ quà tặng

2.3. Email Marketing

- Tạo và quản lý danh sách Mailing
 - Tạo liên hệ mới
 - Đienia thông tin bao gồm:
 - Tên liên hệ

- Email
- Quốc gia

Mới Liên hệ của danh sách liên hệ Chưa đặt tên

Tên liên hệ
pham thi an

Email: phamthjan@example.com Ngày tạo vào: 09/05/2025 10:49:45

Danh xưng: Trả về ? 0

Tên công ty: Thẻ VD: "VIP", "Roadshow", ...

Quốc gia: Việt Nam

Danh sách liên hệ

Danh sách liên hệ	Ngày Ngừng theo dõi	Opt Out	Lý do	Ngày đăng ký
Thêm một dòng				

Hình 49. Tạo liên hệ

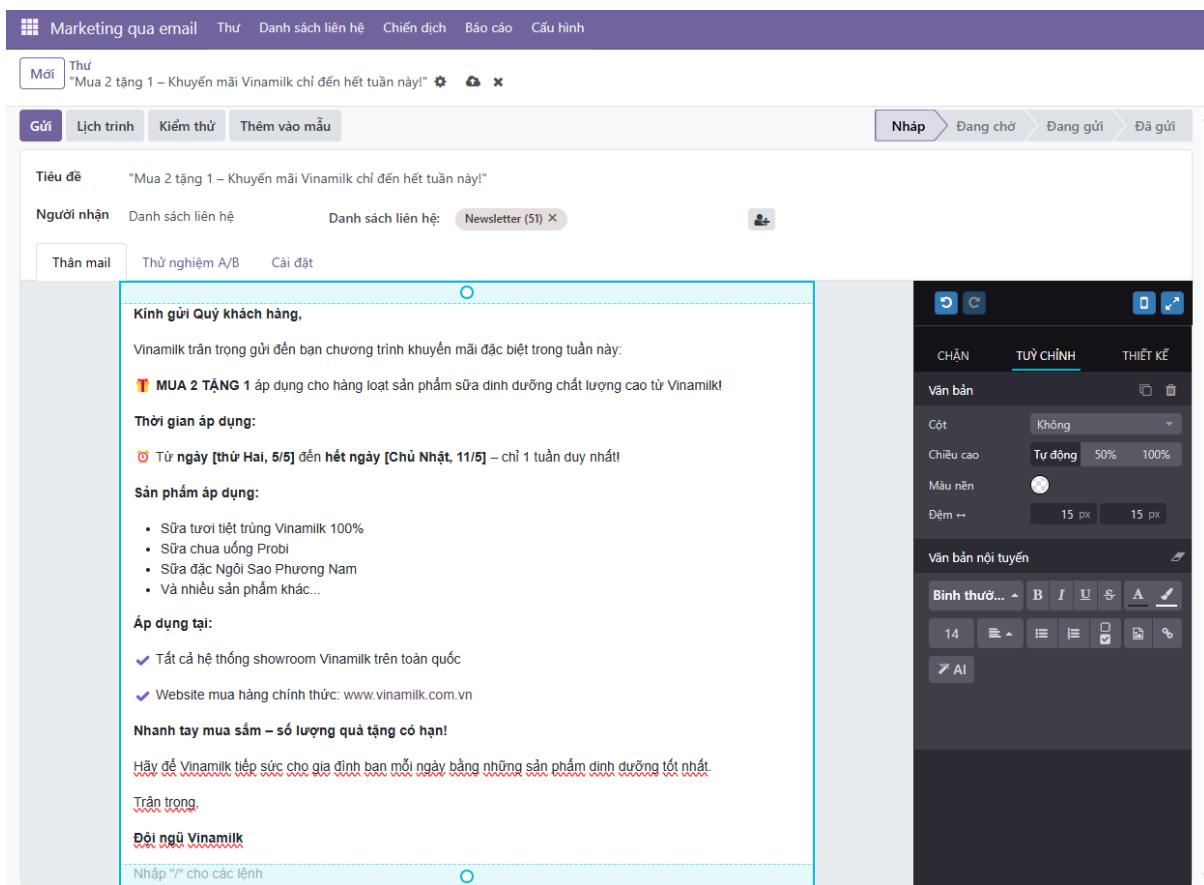
Marketing qua email

Được tạo vào	Tên	Tên công ty	Email	Email bị hạn chế	Trả về
03/05/2025 01:21:37	Administrator		trongkhangnguyen154@gmail.com		0
09/05/2025 10:45:18	Nguyễn Thúy Linh	Công ty Giấy Rieker	NguyễnThúyLinh@gmail.com		0
09/05/2025 10:49:45	Phan Ngọc Hạnh		phanngochanh@example.com		0
09/05/2025 10:49:45	bùi già cường		buijacuong@ng@example.com		0
09/05/2025 10:49:45	bùi văn dũng		buiividung@example.com		0
09/05/2025 10:49:45	bùi xuân khánh		buiuxuanhanh@example.com		0
09/05/2025 10:49:45	hoàng già hạnh		hoanggiahanh@example.com		0
09/05/2025 10:49:45	hoàng thị an		hoangthian@example.com		0
09/05/2025 10:49:45	hoàng thị nam		hoangthinam@example.com		0
09/05/2025 10:49:45	lê an han		leanhhan@example.com		0
09/05/2025 10:49:45	lê già khánh		legiakhanh@example.com		0
09/05/2025 10:49:45	lê hữu bình		lehuubinh@example.com		0
09/05/2025 10:49:45	nguyễn thanh khánh		nguyenthanhkhanh@example.com		0
09/05/2025 10:49:45	phan thi nam		phanthinam@example.com		0
09/05/2025 10:49:45	phạm thị nam		phamthinam@example.com		0
09/05/2025 10:49:45	vũ thị hanh		vuthithanh@example.com		0
09/05/2025 10:49:45	dỗ hữu bình		doihuubinh@example.com		0
09/05/2025 10:49:45	dỗ minh khánh		dominhhanh@example.com		0
09/05/2025 10:49:45	dỗ thanh linh		dothanhlinh@example.com		0

Hình 50. Danh sách email

- Tạo Email Marketing

Gửi mail cho khách hàng để thông báo chương trình mua 2 tặng 1 (Áp dụng khi mua trực tiếp và trực tuyến)



Hình 51. Email gửi khách hàng

2.4. Tạo khảo sát

Khảo sát Phiên trực tiếp Kiểm tra Tùy chỉnh

Biểu mẫu phản hồi

Người phụ trách: Administrator

Giới hạn cho:

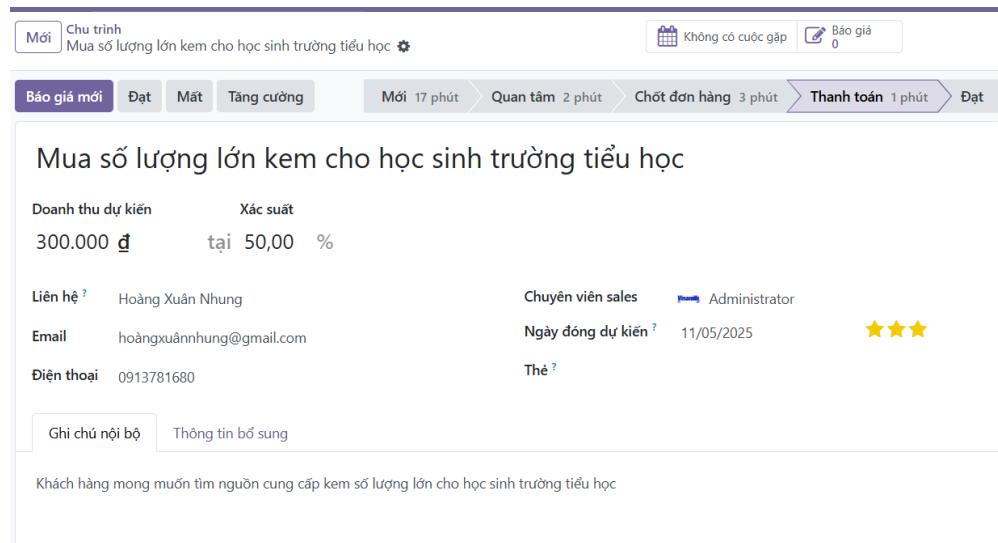
Câu hỏi	Tùy chọn	Mô tả	Thông điệp kết thúc	Loại câu hỏi
Tiêu đề				Câu hỏi lựa chọn: cho phép nhiều câu trả lời
Bạn thường sử dụng sản phẩm nào của Vinamilk?				Câu hỏi lựa chọn: cho phép nhiều câu trả lời
Bạn mua sản phẩm Vinamilk ở đâu thường xuyên nhất?				Câu hỏi lựa chọn: một câu trả lời duy nhất
Bạn đánh giá thế nào về chất lượng sản phẩm Vinamilk?				Câu hỏi lựa chọn: một câu trả lời duy nhất
Mức độ hài lòng của bạn về giá cả sản phẩm Vinamilk?				Câu hỏi lựa chọn: một câu trả lời duy nhất
Bạn có sẵn sàng giới thiệu sản phẩm Vinamilk cho người thân/bạn bè không?				Câu hỏi lựa chọn: một câu trả lời duy nhất

Hình 52. Tạo khảo sát

3. Phân hệ CRM

3.1. Các bước triển khai

Bước 1: Tạo tiềm năng mới



Hình 53. Tạo tiềm năng mới

Bước 2: Lên lịch hoạt động chuyển sang trạng thái kế tiếp

Lên lịch hoạt động

Loại hoạt động: Gọi

Tóm tắt: Gọi điện lại cho khách về nguồn cung

Ngày đến hạn: 09/05/2025

Phân công cho: Administrator

Ghi chú ...

Mở lịch | Lịch trình | Lên lịch & đánh dấu là hoàn tất | Hoàn tất & lên lịch tiếp theo | Hủy

Hình 54. Lên lịch hoạt động



Hình 55. Hoạt động đã lên kế hoạch

Khi khách hàng đồng ý thì nhấn “Hoàn tất” và nhập thông tin vào để thông báo
-> Nhấn “Hoàn tất & lên lịch tiếp theo” để chuyển sang trạng thái mới

Hoàn tất

Khách hàng quan tâm tới bên cửa hàng



Hoàn tất & lên lịch tiếp theo

Hoàn tất

Huỷ bỏ

Hình 56. Ghi chú hoàn thành giai đoạn

Vinamilk Administrator Hôm nay lúc 23:18
Giai đoạn đã thay đổi
• Mới → Quan tâm (Giai đoạn)

Vinamilk Administrator Hôm nay lúc 23:16
📞 Gọi hoàn thành : Gọi điện lại cho khách hàng về nguồn cung
Phản hồi:
Khách hàng quan tâm tới bên cửa hàng

Hình 57. Thông báo chuyển giai đoạn

Bước 3: Nếu cơ hội thành công, thì chuyển thành “Đạt”, nếu không thành công thì chuyển “Mất” và nêu lý do mất

- Nếu cơ hội thành công

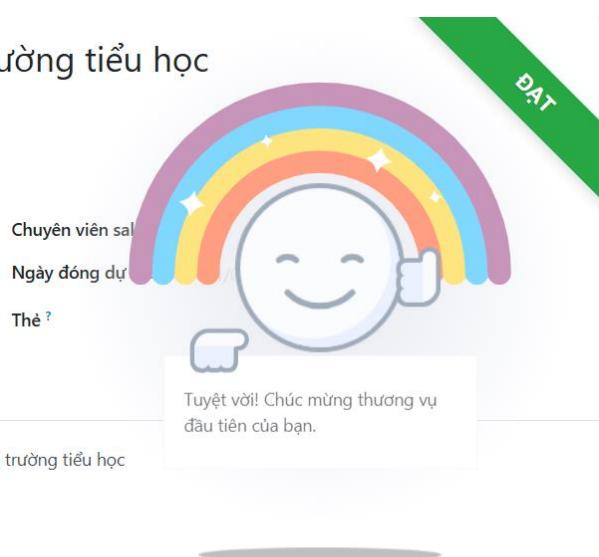
Mua số lượng lớn kem cho học sinh trường tiểu học

Doanh thu dự kiến Xác suất
300.000 đ tại 100,00 %

Liên hệ ? Hoàng Xuân Nhung

Email hoàngxuanhung@gmail.com

Điện thoại 0913781680



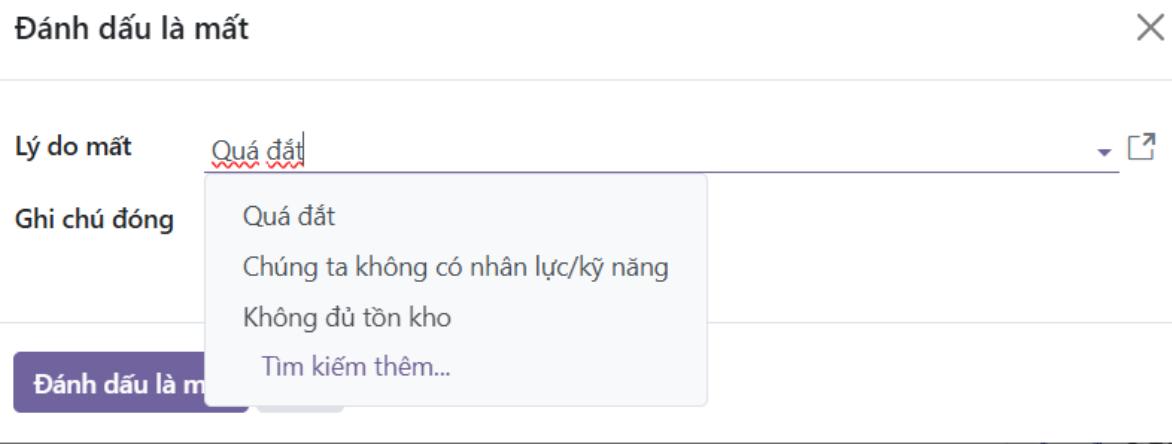
Ghi chú nội bộ

Thông tin bổ sung

Khách hàng mong muốn tìm nguồn cung cấp kem số lượng lớn cho học sinh trường tiểu học

Hình 58. Cơ hội thành công

- Nếu cơ hội thất bại



Hình 59. Ghi chú lý do mất

Mua số lượng lớn kem cho học sinh trường tiểu học

Doanh thu dự kiến Xác suất
300.000 đ tại 0,00 %

Liên hệ [?] Hoàng Xuân Nhung
Email hoangxuanhung@gmail.com
Điện thoại 0913781680

Chuyên viên sales Administrator
Ngày đóng dự kiến [?] 11/05/2025 ★★★

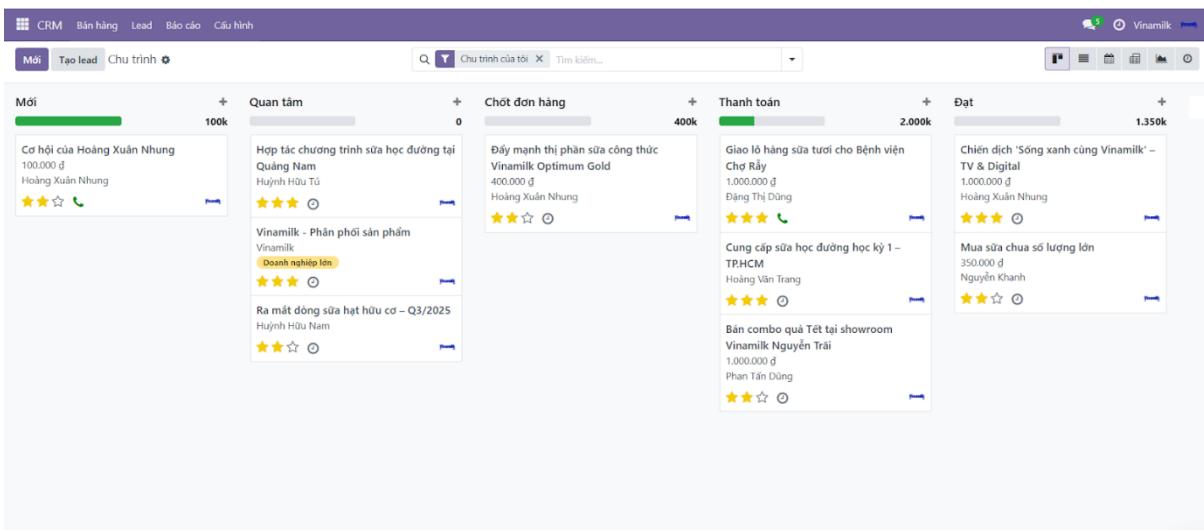
Lý do mất: Quá đắt

Ghi chú nội bộ Thông tin bổ sung

Khách hàng mong muốn tìm nguồn cung cấp kem số lượng lớn cho học sinh trường tiểu học

Hình 60. Đánh dấu mất cho cơ hội

Sau khi tiềm năng chuyển thành cơ hội, chuyển đến chu trình gồm “Mới”, “Quan tâm”, “Chốt đơn hàng”, “Thanh toán” và “Đạt”



Hình 61. Các giai đoạn của cơ hội

- Tạo và gửi báo giá cho khách hàng qua email

Chu trình / Giao lô hàng sữa tươi cho Bệnh viện Chợ Rẫy
S00011

Xác nhận | Gửi qua email | Xem trước | Hủy | Báo giá | **Báo giá đã gửi** | Đơn bán hàng

S00011

Khách hàng: Đặng Thị Dũng, Đà Nẵng | **Ngày hết hạn:** 07/06/2025

Địa chỉ lập hóa đơn: Đặng Thị Dũng | **Ngày báo giá:** 08/05/2025 23:44:18

Địa chỉ giao hàng: Đặng Thị Dũng | **Bảng giá:** Mặc định (VND)

Mẫu báo giá: Điều khoản thanh toán: Ngay lập tức

Chi tiết đơn hàng	Sản phẩm tuỳ chọn	Thông tin khác	Chữ ký khách hàng	Số lượng	ĐVT	Đơn giá	Thuế	% CK	Số tiền
[VNM015] Sữa hộp Vinamilk không đường 180ml				100,00	Đơn vị	7.000,00	10%	0,00	700.000 ₫
[VNM003] Sữa hộp Vinamilk có đường 1 lít				100,00	Đơn vị	32.000,00	10%	0,00	3.200.000 ₫
[VNM010] Sữa hộp Vinamilk ít đường 1 lít				100,00	Đơn vị	32.000,00	10%	0,00	3.200.000 ₫

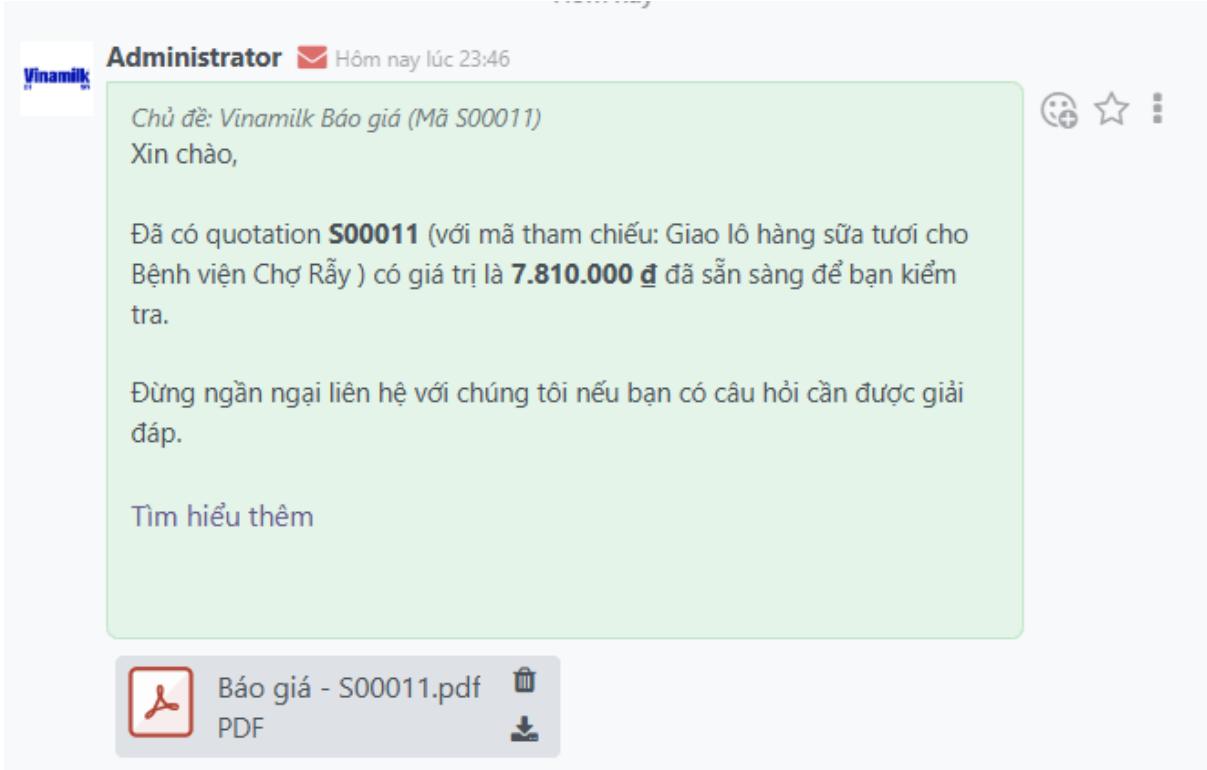
Thêm sản phẩm | Thêm phần | Thêm ghi chú | Danh mục

Mã phiếu giảm giá | Phàn thường | Chiết khấu | Thêm vận chuyển

Điều khoản & điều kiện: <http://localhost:8069/terms>

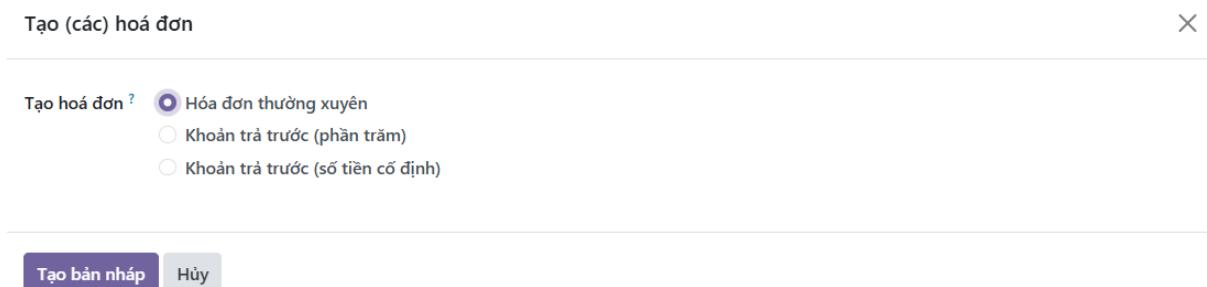
Số tiền trước thuế: 7.100.000 ₫
Thuế GTGT 10%: 710.000 ₫
Tổng: 7.810.000 ₫

Hình 62. Hóa đơn thanh toán cho khách hàng



Hình 63. Email kết quả

- **Bấm tạo hóa đơn**



Hình 64. Tạo hóa đơn

- **Xác nhận hóa đơn**

Gửi In Thanh toán Xem trước Giấy báo có Đặt lại thành nhập Nhập Đã vào sổ

Hóa đơn bán hàng
INV/2025/00024

Khách hàng	Đặng Thị Dũng Đà Nẵng	Ngày lập hóa đơn	09/05/2025
Địa chỉ giao hàng	Đặng Thị Dũng	Ngày đến hạn	09/05/2025
		Tiền tệ	VND

Chi tiết hóa đơn	Thông tin khác	Vietnamese Electronic Invoicing			
Sản phẩm	Số lượng	ĐVT	Giá	Thuế	Số tiền
[VNM015] Sữa hộp Vinamilk không đường 180ml	100,00	Đơn vị	7.000,00	10%	700.000 đ
[VNM003] Sữa hộp Vinamilk có đường 1 lít	100,00	Đơn vị	32.000,00	10%	3.200.000 đ
[VNM010] Sữa hộp Vinamilk ít đường 1 lít	100,00	Đơn vị	32.000,00	10%	3.200.000 đ

Điều khoản & điều kiện: <http://localhost:8069/terms>

Số tiền trước thuế:	7.100.000 đ
Thuế GTGT 10%:	710.000 đ
Tổng:	7.810.000 đ

Số tiền phải trả: **7.810.000 đ**

Hình 65. Xác nhận hóa đơn

- **Tiến hành thanh toán**

Thanh toán

X

Hình 66. Tiến hành thanh toán

Gửi In Xem trước Giấy báo có Đặt lại thành nháp Nhập Đã vào sổ

Hóa đơn bán hàng
INV/2025/00024

ĐÃ THANH TOÁN

Khách hàng	Đặng Thị Dũng	Ngày lập hóa đơn	09/05/2025
	Đà Nẵng	Ngày đến hạn	09/05/2025
Địa chỉ giao hàng	Đặng Thị Dũng	Tiền tệ	VND

Chi tiết hóa đơn	Thông tin khác	Vietnamese Electronic Invoicing			
Sản phẩm	Số lượng	ĐVT	Giá	Thuế	Số tiền
[VNM015] Sữa hộp Vinamilk không đường 180ml	100,00	Đơn vị	7.000,00	10%	700.000 đ
[VNM003] Sữa hộp Vinamilk có đường 1 lít	100,00	Đơn vị	32.000,00	10%	3.200.000 đ
[VNM010] Sữa hộp Vinamilk ít đường 1 lít	100,00	Đơn vị	32.000,00	10%	3.200.000 đ

Điều khoản & điều kiện: <http://localhost:8069/terms>

Số tiền trước thuế: 7.100.000 đ
Thuế GTGT 10%: 710.000 đ
Tổng: 7.810.000 đ

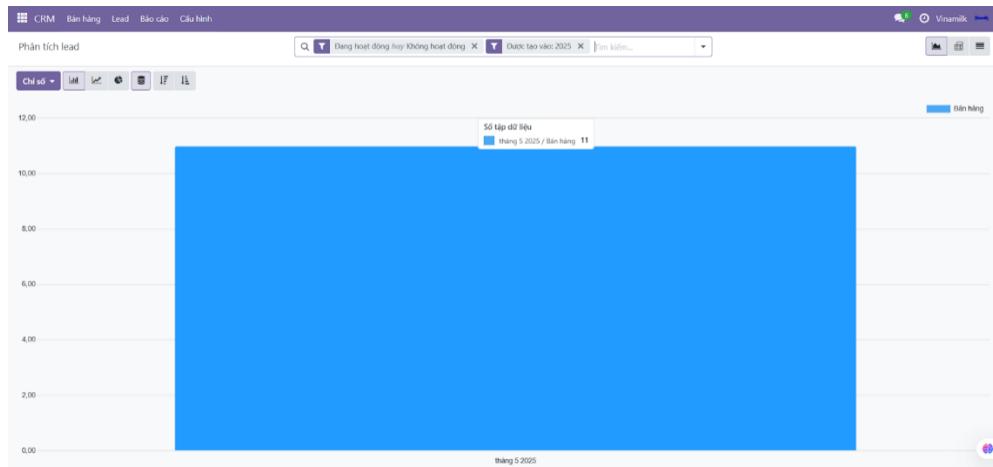
Thanh toán vào 09/05/2025 7.810.000 đ

Số tiền phải trả: 0 đ

Hình 67. Sau khi thanh toán

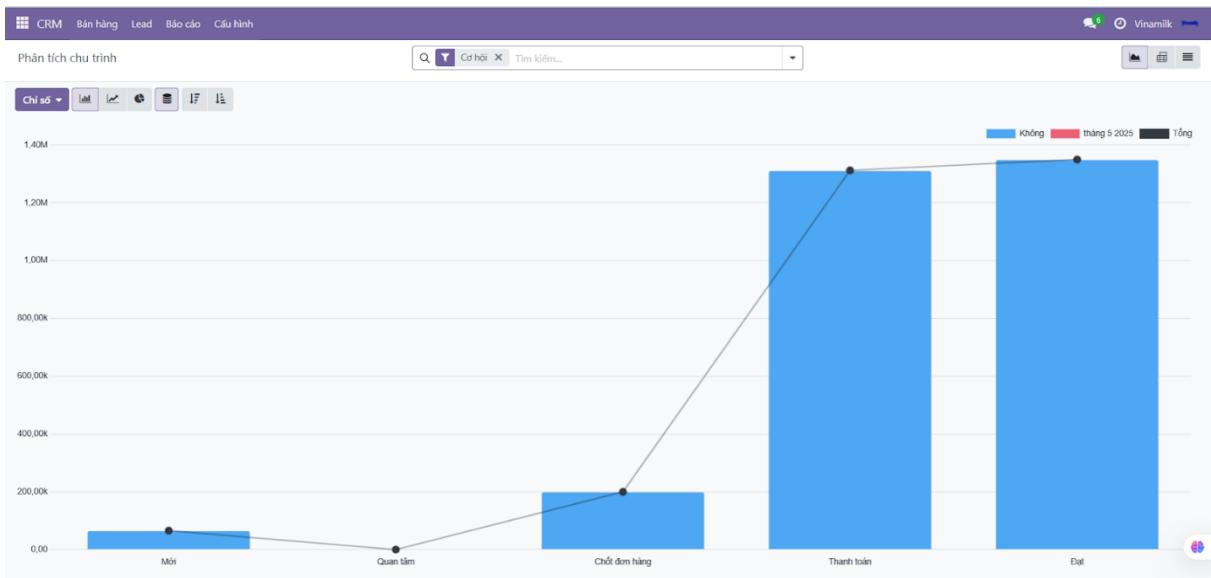
3.2. Báo cáo phân hệ CRM

Báo cáo lead



Hình 68. Báo cáo lead

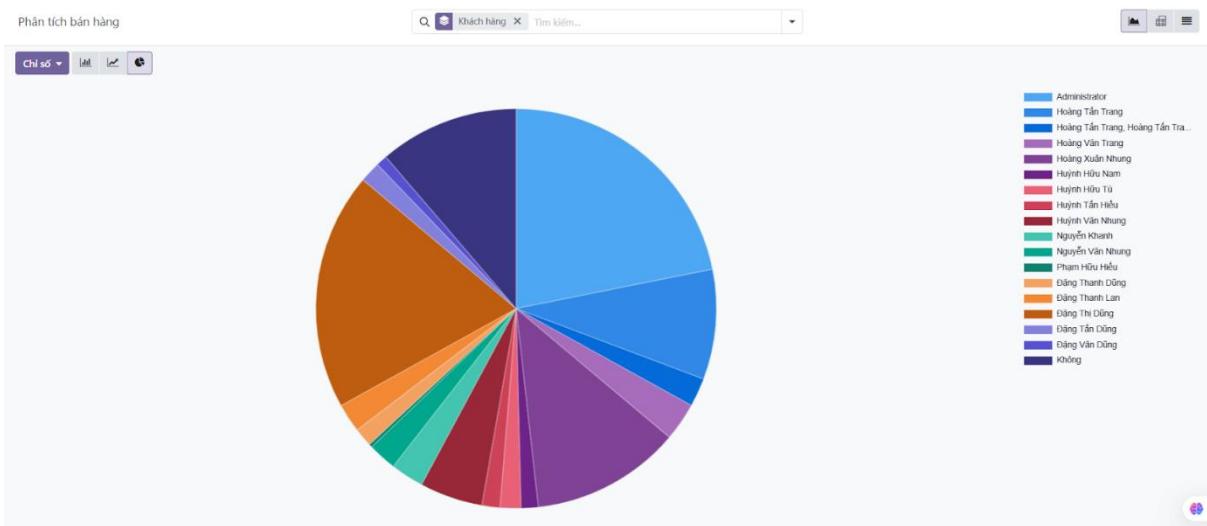
Báo cáo theo phân tích chu trình



Hình 69. Báo cáo theo phân tích chu trình

Biểu đồ cho thấy giá trị cơ hội tăng dần theo từng giai đoạn của chu trình bán hàng: từ “Mới” đến “Đạt”. Đặc biệt, doanh thu tăng mạnh từ giai đoạn “Chốt đơn hàng” đến “Thanh toán” và “Đạt”, phản ánh quá trình chuyển đổi khách hàng hiệu quả

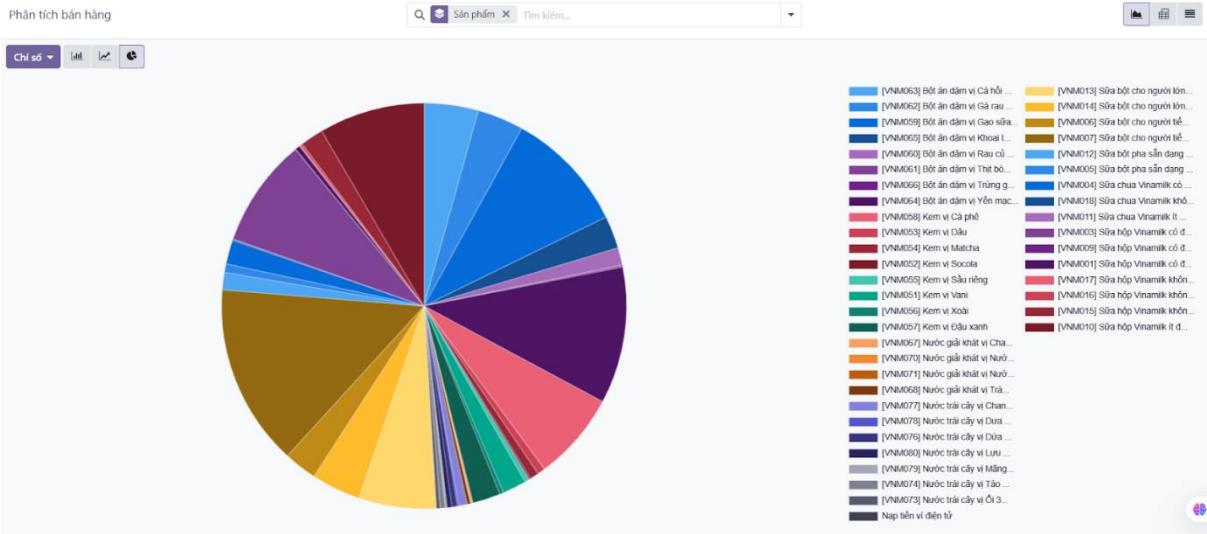
Báo cáo doanh thu theo khách hàng



Hình 70. Báo cáo doanh thu theo khách hàng

Biểu đồ tròn thể hiện tỷ lệ doanh thu theo từng khách hàng. Một số khách hàng như **Hoàng Tân Trang, Huỳnh Hữu Nam** đóng góp doanh thu lớn hơn so với các khách hàng khác.

Báo cáo doanh thu theo sản phẩm



Hình 71. Báo cáo doanh thu theo sản phẩm

Hình ảnh là một biểu đồ tròn thể hiện báo cáo doanh thu theo sản phẩm. Mỗi phần của biểu đồ được tô màu khác nhau, đại diện cho các sản phẩm cụ thể và tỷ lệ doanh thu tương ứng