**DỰ THẢO**

**QUY TRÌNH MARKETING TẬP TRUNG**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **BIÊN SOẠN** | **THẨM ĐỊNH** | **PHÊ DUYỆT** |
| **BAN PHÁT TRIỂN THỊ TRƯỜNG** | **TỔ TRƯỞNG TỔ SOP VIMC** | **TỔNG GIÁM ĐỐC** |
|  |  |  |
| **Đỗ Đức Ân** | **Lê Đông** | **Nguyễn Cảnh Tĩnh** |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Phiên bản** | **Trang** | **Nội dung sửa đổi** |
|  |  | Xây dựng lần đầu |
|  |  |  |
|  |  |  |

**I. MỤC TIÊU**

Hướng dẫn các bước thực hiện quy trình marketing tập trung của Tổng công ty Hàng hải Việt Nam – CTCP, nhằm phát huy thế mạnh hệ sinh thái để cung cấp các dịch vụ mang tính tích hợp, thỏa mãn cao nhất các yêu cầu khách hàng.

**II. PHẠM VI, ĐỐI TƯỢNG ÁP DỤNG**

xxxxxxxxxxxx

**III. TÀI LIỆU LIÊN QUAN**

Xxxxxxxxxxxxxxxx

**IV. CHÚ THÍCH**

**1. Giải thích thuật ngữ**

|  |  |
| --- | --- |
| **Cụm từ viết tắt** | **Giải thích** |
| CRM | Phần mềm quản lý quan hệ khách hàng |
| P.TGĐ | Phó tổng giám đốc |
| KD | Kinh doanh |
| HĐ | Hợp đồng |
| KAM | Key Account Management: là chương trình quản lý khách hàng mục tiêu |
| DNTV | Doanh nghiệp thành viên thuộc hệ thống VIMC |
| MKT | Marketing |
| RACI | Ma trận RACI là một kỹ thuật nhằm làm rõ các công việc, trách nhiệm, quyền hạn của các cá nhân hoặc đơn vị, viết tắt của các chữ:  + R = Responsible: Đơn vị/Cá nhân chịu trách nhiệm tổ chức thực hiện công việc.  + A = Accountable: Đơn vị/Cá nhân trực tiếp thực hiện thẩm quyền quyết định/phê duyệt.  + C = Consulted: Đơn vị/Cá nhân được lấy ý kiến tham mưu.  + I = Informed: Đơn vị/Cá nhân được cung cấp thông tin khi có quyết định/phê duyệt. |

**2. Giải thích lưu đồ**

Các bước xử lý

Bắt đầu/Kết thúc

Kết nối các

bước xử lý

Điều kiện rẽ nhánh

Quy trình tiếp nối

Tài liệu đính kèm

**V. NỘI DUNG QUY TRÌNH**

**1. Sơ đồ Quy trình**



**2. Diễn giải các bước**

**Bước 1: Thiết kế chương trình quản lý khách hàng mục tiêu**

a. Căn cứ các thông tin tổng hợp và phân tích được từ các nguồn thông tin:

+ Chiến lược phát triển thị trường của Tcty;

+ Chỉ đạo của lãnh đạo Tcty xuất phát từ nhu cầu thị trường;

+ Các thông tin tổng hợp được từ các DNTV;

+ CRM: phần mềm quản lý quan hệ khách hàng;

b. Ban PTTT tổ chức lựa chọn các DNTV tham gia KAM (là những đơn vị mà KH đang/sẽ sử dụng dịch vụ hoặc có khả năng chuyển sang dùng dịch vụ của đối thủ) và khách hàng mục tiêu của chương trình marketing tập trung, trình P.TGĐ Tcty phụ trách KD xem xét phê duyệt.

**Bước 2: Phê duyệt KAM**

P.TGĐ Tcty phụ trách KD xem xét phê duyệt chương trình KAM.

**Bước 3: Nghiên cứu và phân tích thị trường**

Căn cứ các báo cáo thị trường, Ban PTTT chủ trì thực hiện:

a. Nghiên cứu khách hàng mục tiêu

+ Khách hàng hiện hữu: Sản lượng, lượt tàu, số chuyến trong khu vực hàng tuần, kế hoạch tuần tiếp theo. Rủi ro về thị trường, khách hàng...;

+ Khách hàng tiềm năng: Mặt hàng, khách hàng, các cơ hội thị trường.

b. Nghiên cứu đối thủ cạnh tranh

+ Điểm mạnh, điểm yếu;

+ Chính sách phát triển;

+ Chính sách đang áp dụng với các khách hàng;

+ Sản lượng, thị phần, khách hàng;

+ Kế hoạch phát triển mở rộng, các bước tiến, đổi mới công nghệ, dịch vụ … của đối thủ cạnh tranh.

c. Phân hạng khách hàng

+ Danh sách khách hàng theo danh sách KAM BƯỚC 1;

+ Phân hạng và xây dựng các chính sách khách hàng (Diamond/Gold/ Titan) theo bộ tiêu chí trên cơ sở sản lượng, doanh thu, lợi nhuận ... (theo phụ lục đính kèm)

d. Danh sách khách hàng tiềm năng

+ Phân hạng trên các tiêu chí như sản lượng khu vực, tiềm năng phát triển, tình hình & khả năng sử dụng các cảng khác trong VIMC;

**Bước 4**: **Xây dựng chính sách Marketing tập trung**

PTGĐ Tcty phụ trách kinh doanh chủ trì tổ chức họp với các thành viên KAM để thống nhất về các chính sách ưu đãi và các và kế hoạch triển khai thực hiện.

Chính sách marketing tập trung phải đảm bảo tính phối hợp của các thành viên KAM, ưu tiên sự tham gia của VIMC Lines và các đơn vị dịch vụ.

**Bước 5: Phê duyệt chính sách**

PTGĐ Tcty phụ trách kinh doanh xem xét phê duyệt chính sách marketing tập trung.

**Bước 6: Xây dựng bản chào/ hợp đồng khung**

Phân công xây dựng bản chào/ hợp đồng khung của chương trình marketing tập trung như sau:

- Đơn vị chủ trì KAM xây dựng dự thảo bản chào (1 tháng)

- Ban PTTT hoàn thành bản chào (10 ngày)

- Với HĐ Khung, cần xin ý kiến các Ban CB&DVHH, VTB và PC&QTRR (3 ngày)

**Bước 7: Phê duyệt bản chào**

Ban PTTT trình bản chào/ HĐ khung, PTGĐ phê duyệt (3 ngày)

**Bước 8: Triển khai bản chào**

Triển khai nội dung marketing tập trung đến khách hàng:

- Ban PTTT chịu trách nhiệm về kế hoạch triển khai thực hiện chương trình;

- Đơn vị chủ trì KAM tổ chức gặp gỡ trực tiếp khách hàng tại trụ sở chính và đại diện khách hàng có thẩm quyền quyết định về nội dung hợp tác (ưu tiên);

- Tổ chức lấy ý kiến khách hàng về nội dung bản chào/ hợp đồng khung, xây dựng báo cáo chi tiết về kết quả chương trình (các ý kiến khác hàng về đề xuất, bổ sung chỉnh sửa – nếu có), báo cáo lãnh đạo Tcty.

**VI. RACI & KPI**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Bước thực hiện** | | **CT/ TGĐ VIMC** | **P.TGĐ PTKD VIMC** | **Ban PTTT** | **Thành viên KAM** | **KPI** |
| **TT** | **Nội dung** |
| B1 | Thiết kế chương trình quản lý khách hàng mục tiêu (KAM) | I | I | R | C | 2 ngày kể từ khi nhận nhiệm vụ |
| B2 | Phê duyệt KAM | I | A | R | I | 0.5 ngày |
| B3 | Nghiên cứu và phân tích thị trường |  | I | R | C | 2 ngày |
| B4 | Xây dựng chính sách Marketing tập trung |  | I | R | C | 5 ngày |
| B5 | Phê duyệt chính sách | I | A | R | C | 0.5 ngày |
| B6 | Xây dựng bản chào/ hợp đồng khung |  | I | R | C | 1 ngày |
| B7 | Phê duyệt bản chào | I | A | R | C | 0.5 ngày |
| B8 | Triển khai thực hiện | I | R | C | C | Phụ thuộc chương trình gặp gỡ KH |

**VII. Rủi ro và kiểm soát**

| **Bước thực hiện** | | **Mối nguy** | **Rủi ro** | **Kiểm soát** |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| ***TT*** | ***Nội dung*** |
| B1 | Thiết kế chương trình quản lý khách hàng mục tiêu | Ví dụ:  Rửa gần rơm  *Mối nguy là nguyên nhân gốc rễ gây ra rủi ro, kiểm soát là các hành động để triệt tiêu các mối nguy để ngăn chặn rủi ro* | Cháy | Tách lửa ra khỏi rơm |
| B2 | Phê duyệt KAM |  |  |  |
| B3 | Nghiên cứu và phân tích thị trường |  |  |  |
| B4 | Xây dựng chính sách Marketing tập trung |  |  |  |
| B5 | Phê duyệt chính sách |  |  |  |
| B6 | Xây dựng bản chào/ hợp đồng khung |  |  |  |
| B7 | Phê duyệt bản chào |  |  |  |
| B8 | Triển khai thực hiện |  |  |  |

**VIII. Hồ sơ lưu:**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **TT** | **Tên hồ sơ lưu** | **Người lưu/Nơi lưu** | **Thời gian lưu** |
|  |  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |

**IX. Biểu mẫu:**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **TT** | **Tên biểu mẫu** | **Mã hiệu** |
| 1 | Biên bản thẩm định | BM01.BB.KQTĐ |