



Nhóm 12 Mis Z Báo cáo - htttql

hệ thống thông tin quản lý (Học viện Ngân hàng)



Scan to open on Studocu

HỌC VIỆN NGÂN HÀNG
KHOA HỆ THỐNG THÔNG TIN QUẢN LÝ



BÀI TẬP LỚN

MÔN: HỆ THỐNG THÔNG TIN QUẢN LÝ

***Đề tài: Phát triển hệ thống đặt lịch online của công ty
TNHH Pet Mart Việt Nam***



Giảng viên hướng dẫn : Phan Thanh Đức
Nhóm sinh viên thực hiện : 12 - MisZ
Lớp học phần : K23KTDNA

Hà Nội, tháng 10 năm 2022.

THÀNH VIÊN NHÓM 12: MisZ

STT	Mã sinh viên	Họ và tên	Lớp niên chế	Ghi chú
1	23A4040169	Trần Thị Thùy Trang	K23HTTTB	
2	23A4040068	Nông Thùy Linh	K23HTTTB	
3	23A4040090	Trần Trà My	K23HTTTB	
4	23A4040015	Nguyễn Ngọc Châm	K23HTTTB	
5	23A4040170	Nguyễn Lan Hương	K23HTTTB	

MỤC LỤC

LỜI MỞ ĐẦU	2
I. TỔNG QUAN	4
1. Thông tin chung	4
2. Lịch sử hình thành	4
II. MÔ HÌNH 5 LỰC LƯỢNG CẠNH TRANH CỦA MICHAEL PORTER	6
1. Quyền thương lượng của khách hàng	6
2. Sản phẩm thay thế	6
3. Nhà cung cấp	7
4. Đối thủ cạnh tranh	7
5. Mối đe dọa của người mới	7
III. CHIẾN LƯỢC CẠNH TRANH CỦA PET MART	10
1. Chiến lược khác biệt hóa dịch vụ	10
2. Đề xuất chiến lược cạnh tranh	11
IV. CHUỖI GIÁ TRỊ	13
1. Khái niệm	13
2. Các hoạt động chính	16
2.1. Thiết kế dịch vụ (Service Design)	16
2.2. Quản lý tri thức (Knowledge Management)	16
2.3. Quản lý hệ thống cung ứng (Delivery Systems Management)	16
2.4. Quản lý sự cạnh tranh (Service Competition Management)	17
3. Các hoạt động hỗ trợ	18
3.1. Quản lý nguồn nhân lực (People – HRM)	18
3.2. Minh chứng hữu hình (Physical Aspects)	18
3.3. Đúng kế hoạch và đáng tin cậy (Punctuality Reliability)	18
3.4. Thông tin về quy trình cung cấp dịch vụ (Process Information)	18
4. Hoạt động chính mang lại lợi thế cạnh tranh của công ty	18

4.1. Khái niệm lợi thế cạnh tranh.....	18
4.2. Lợi thế cạnh tranh của Pet Mart.....	19
V. QUY TRÌNH.....	20
1. Xây dựng kịch bản.....	20
2. Mô hình hóa quy trình trên Bizagi.....	25
2.1. Quy trình đặt lịch cho thú cưng chưa cải tiến (As-is Model).....	25
2.2. Quy trình đặt lịch cho thú cưng sau khi cải tiến (To-be Model).....	25
3. Cài đặt tham số.....	25
3.1. Quy trình đặt lịch spa cho thú cưng chưa cải tiến.....	25
3.2 Quy trình đặt lịch cho thú cưng đã cải tiến.....	43
4. Kết luận.....	55
VI. HỆ THỐNG THÔNG TIN ĐƯỢC SỬ DỤNG TRONG QUY TRÌNH ĐẶT LỊCH CỦA PET MART.....	56
1. Những hệ thống thông tin được sử dụng trong việc cải tiến quy trình của Pet Mart.....	56
1.1. Tổng quát về ERP.....	56
1.2. Tình hình doanh nghiệp trước khi sử dụng ERP.....	57
1.3. Lợi ích đối với Pet Mart.....	57
1.4. Nâng cao năng suất làm việc.....	58
VII. SILO THÔNG TIN.....	59
1 Khái niệm.....	59
2 Thực trạng về thông tin silo trong Pet Mart.....	59
2.1. Trong quy trình chưa cải tiến của Pet Mart.....	59
2.2. Trong quy trình hệ thống ERP đã cải tiến của nhóm thực hiện.....	60
VIII. MÔ PHỎNG GIAO DIỆN ĐẶT LỊCH CHO THÚ CƯNG.....	62
DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO.....	72
KẾT LUẬN	

LỜI MỞ ĐẦU

Ngày nay, sự phát triển của công nghệ trong những năm gần đây được áp dụng vào quá trình kinh doanh đem lại những thành tựu to lớn trong việc phát triển kinh tế. Các ứng dụng tin học đã và đang trở thành một nhu cầu cần thiết và phổ biến trong mọi lĩnh vực đời sống nói chung và công tác quản lý doanh nghiệp nói riêng. Đặc biệt với sự hỗ trợ của máy tính hầu hết các hoạt động của con người như nghiên cứu khoa học, kinh doanh hay quản lý... đều trở nên đơn giản. Nhưng khoa học công nghệ thì ngày càng phát triển, làm cho các phần mềm quản lý truyền thống cũng dần bị lỗi thời, chính vì thế, cần phải có một hệ thống để quản lý toàn bộ hoạt động của doanh nghiệp. Để trang bị cho doanh nghiệp một lợi thế cạnh tranh từ việc tạo ra các sản phẩm, dịch vụ tiên tiến hơn thông qua việc đầu tư mạnh về cơ sở hạ tầng, phương pháp quản lý, tạo ra các sản phẩm, dịch vụ mới và độc đáo, các công nghệ mới nhất hoặc các quy trình sản xuất hoàn thiện nhất, thì yêu cầu công ty có một hệ thống thông tin để đồng nhất dữ liệu từ tất cả các bộ phận của công ty.

Thực tiễn đặt ra một đòi hỏi mới, cụ thể với công ty TNHH Petmart Việt Nam với quy trình đặt lịch còn gặp nhiều khó khăn, chưa đạt được kết quả như mong muốn. Cũng chính vì thế mà nhóm chúng em đã lựa chọn thực hiện đề tài: *"Phát triển hệ thống đặt lịch online của công ty TNHH Petmart Việt Nam thực thi chiến lược cạnh tranh"*.

Nhóm em đã tìm hiểu về thực trạng, nguyên nhân của một vài sự yếu kém để từ đó có thể có một vài kiến nghị, giải pháp nào đó góp phần nâng cao hơn nữa vị thế cạnh tranh sản phẩm của công ty trên thị trường và hoàn thiện hơn quy trình bán hàng của công ty. Trước khi đi vào việc tìm ra vấn đề cần giải quyết tại cơ sở thì cần phải tìm hiểu khái quát chung về tình hình lĩnh vực kinh

doanh của công ty, vị thế của công ty, các quy trình và hệ thống thông tin công ty đang sử dụng

I. TỔNG QUAN

Pet Mart là chuỗi cửa hàng thú cưng ở tại Hà Nội, TP.HCM, Đà Nẵng và Hải Phòng với hệ thống nhiều chi nhánh cửa hàng thú cưng. chuyên cung cấp đồ dùng, quần áo, thức ăn, sữa tắm, chuồng, vòng cổ xích và các phụ kiện cho thú cưng. Bên cạnh đó, Pet Mart còn cung cấp các dịch vụ chăm sóc thú cưng như tắm, tỉa lông, khách sạn trông giữ chó mèo. Cùng nhiều bài viết chia sẻ kinh nghiệm chăm sóc thú cưng hàng đầu tại Việt Nam.

1. Thông tin chung

- Trụ sở chính: Tầng 4, Tòa nhà HUD3 Tower, Số 121 – 123, đường Tô Hiệu, Phường Nguyễn Trãi, Quận Hà Đông, Thành phố Hà Nội, Việt Nam
- Hotline: 028.7106.9906
- E-Mail: contact@petmart.vn
- Website: <https://www.petmart.vn/>

2. Lịch sử hình thành

Lịch sử của Pet Mart là một câu chuyện thành công khi họ là tập hợp những người yêu động vật biết nắm lấy cơ hội đúng lúc cùng với tầm nhìn xa phát triển nâng tầm thành một doanh nghiệp. Bắt đầu từ cửa hàng nhỏ đầu tiên tại Hà Nội năm 2012, Pet Mart đã chứng kiến và tạo ra nhiều thay đổi thú vị trong ngành công nghiệp và dịch vụ chăm sóc thú cưng tại Việt Nam.

Với 10 năm kinh nghiệm trong lĩnh vực chăm sóc thú nuôi, đại diện Pet Mart cho biết hệ thống sẽ mang tới những sản phẩm chất lượng cao, an toàn tới

dành cho thú cưng. Thời gian tới Pet Mart dự kiến đầu tư xây dựng công viên, nghĩa trang cho chó mèo với quy mô lớn để hỗ trợ kinh phí tài trợ cho hoạt động của các hội nhóm, trạm cứu trợ chó mèo trên địa bàn các tỉnh, thành phố.

II. MÔ HÌNH 5 LỰC LƯỢNG CẠNH TRANH CỦA MICHAEL PORTER

1. Quyền thương lượng của khách hàng

Theo xu thế chung, khi đời sống vật chất càng đầy đủ thì nhu cầu tinh thần của con người ngày càng cao. Họ bắt đầu tìm kiếm những hoạt động khác để làm phong phú cuộc sống, trong đó phải kể đến nuôi thú cưng. Với thói quen nuôi chó mèo trong nhà có từ xưa, ngày nay con người, đặc biệt là những người trẻ Việt Nam đang biến nó thành một phong cách sống, dành nhiều tình cảm và chăm sóc vật nuôi như một thành viên trong gia đình. Pet Mart làm việc với định hướng “Hãy giữ cho khách hàng quay trở lại và đem lại những giá trị thiết thực nhất”. Coi trọng việc giữ chân khách hàng cũ, Pet Mart luôn nâng cao trải nghiệm của khách hàng. Pet Mart đã triển khai hệ thống tích lũy điểm thưởng từ các hóa đơn mua hàng để xây dựng các chính sách ưu đãi, quà tặng và chiết khấu tốt nhất. Để mở tài khoản tích điểm mới, quý khách chỉ cần mua hàng tại Pet Mart. Khi thanh toán, quý khách vui lòng đọc số điện thoại cho nhân viên tiến hành tích điểm. Nếu số điện thoại của quý khách chưa có trong hệ thống, nhân viên của chúng tôi sẽ tự động khởi tạo tài khoản mới cho quý khách. Số tài khoản của quý khách chính là số điện thoại của quý khách đang sử dụng.

Nhận xét lực lượng này ảnh hưởng tới việc kinh doanh ở mức độ: Cao.

2. Sản phẩm thay thế

Sản phẩm hoặc dịch vụ thay thế, là những sản phẩm dịch vụ có thể thỏa mãn nhu cầu tương đương với các sản phẩm trong ngành. Ngày nay, con người có thể học mọi thứ trên mạng internet, bao gồm cả việc cắt tỉa lông hay tắm cho chó mèo. Tuy nhiên, do không được đào tạo bài bản, mọi người có thể gặp nhiều khó khăn trong việc thực hiện cũng như kết quả đạt được không mang tính thẩm mỹ

cao. Dù vậy nhưng vẫn có phần lớn người chọn tự làm các dịch vụ cho thú cưng của mình để có thể tiết kiệm chi phí.

Nhận xét lực lượng này ảnh hưởng tới việc kinh doanh ở mức độ: Trung bình.

3. Nhà cung cấp

Về nhà cung cấp hàng hóa, phần lớn Pet Mart nhập các nguồn hàng thú từ nước ngoài, cụ thể là từ: Quảng Châu (Trung Quốc) qua các chợ, nguồn hàng thú cưng qua Taobao, Tmall, 1688, ... Bị phụ thuộc nhiều vào nhập khẩu, chưa tự chủ được nguồn nguyên liệu trong nước, phụ thuộc nhiều vào nhập khẩu, mà chủ yếu là từ Trung Quốc.

Nhận xét lực lượng này ảnh hưởng tới việc kinh doanh ở mức độ: Cao.

4. Đối thủ cạnh tranh

Pet Mart là một thương hiệu nổi tiếng và đã có kinh nghiệm 10 năm hoạt động. Dù có những đối thủ cạnh tranh như: Kimi Pet, Pet Gold, Lino Pet, ... Thế nhưng Pet Mart vẫn luôn không ngừng nỗ lực, cải tiến, mở rộng quy mô lớn với mục tiêu trở thành thương hiệu hàng đầu về ngành công nghiệp dịch vụ thú cưng.

Ngoài ra, với một mức giá rất phải chăng, bạn đã có thể "yên tâm" gửi gắm thú cưng của mình tại Pet Mart. Dịch vụ của Pet Mart đã dần khẳng định uy tín về chất lượng dịch vụ và chăm sóc khách hàng, trở thành thương hiệu được các khách hàng ưa chuộng tại thị trường ngành công nghiệp thú cưng.

Nhận xét lực lượng này ảnh hưởng tới việc kinh doanh ở mức độ: Yếu.

5. Mối đe dọa của người mới

Theo Michael Porter, đối thủ tiềm ẩn là các doanh nghiệp hiện chưa có mặt trong ngành nhưng có thể gây ảnh hưởng tới ngành trong tương lai. Để đánh giá mức độ đe dọa của các đối thủ tiềm ẩn hai yếu tố cực kỳ quan trọng ảnh hưởng đến kinh doanh là: sức hấp dẫn của ngành và các rào cản xâm nhập ngành. Sức hấp dẫn của ngành được thể hiện qua ba chỉ tiêu là khả năng sinh lợi, số lượng khách hàng, số lượng cửa hàng trong ngành. Điều này có thể được đánh giá như sau:

- Số lượng khách hàng: Trên địa bàn cả nước, hay khu vực Hà Nội thì đã có một số lượng lớn khách hàng luôn có nhu cầu trong việc tìm đến những cửa hàng chăm sóc thú cưng. Bên cạnh đó cũng có nhiều phòng khám thú y, uy tín chất lượng, đáp ứng được nhu cầu của khách hàng.
- Khả năng sinh lợi: đang có xu hướng tăng vì khách hàng mà các cửa hàng chăm sóc thú cưng hướng đến đa số là những khách hàng có thu nhập trung bình khá trở lên, vì thu nhập cao công việc nhiều hơn thì đi đôi với áp lực, nuôi thú cưng là một giải pháp giảm stress, mang lại niềm vui trong đời sống, đồng thời thời gian chăm sóc thú cưng của mình bị hạn chế. Đây là loại hình dịch vụ có chi phí không hề rẻ vì vậy chỉ những đối tượng khách hàng có mức sống khá trở lên mới có khả năng.
- Số lượng cửa hàng trong ngành: hiện nay số lượng những cửa hàng chăm sóc thú cưng đang gia tăng đáng kể. Như Pet Mart là chuỗi pet shop vật nuôi với hệ thống nhiều chi nhánh chuyên chăm sóc thú cưng, khám chữa thú y cho các giống Chó cảnh, Mèo cảnh, Cá cảnh, Thỏ cảnh, Chuột cảnh, Sóc cảnh, Chim cảnh, Bò sát cảnh hàng đầu tại Việt Nam.

Những rào cản gia nhập ngành được hiểu là những yếu tố làm cho việc gia nhập vào một ngành khó khăn và tốn kém hơn như: kỹ thuật, vốn, thương hiệu, nguồn nhân lực... Và quan trọng là chất lượng tay nghề của nhân viên hay các loại dịch vụ được đánh giá là những yếu tố quan trọng để thu hút và giữ chân khách hàng

Nhận xét lực lượng này ảnh hưởng tới việc kinh doanh ở mức độ: Trung bình.

III. CHIẾN LƯỢC CẠNH TRANH CỦA PET MART

Theo như những phân tích dựa theo mô hình năm lực lượng cạnh tranh của M. Porter, ta có thể thấy rằng những yếu tố như nhà cung cấp hay đối thủ cạnh tranh tiềm năng chỉ ảnh hưởng một phần đến với công ty, những yếu tố có ảnh hưởng lớn tới sự phát triển và tồn tại của doanh nghiệp là sự thương lượng của khách hàng, các sản phẩm thay thế và sự cạnh tranh trong nội bộ ngành. Vì thế Pet Mart cần đưa ra các chiến lược khác biệt hóa sản phẩm, dịch vụ. Cụ thể:

1. Chiến lược khác biệt hóa dịch vụ.

Pet Mart làm việc với định hướng “Hãy giữ cho khách hàng quay trở lại và đem lại những giá trị thiết thực nhất”. Coi trọng việc giữ chân khách hàng cũ, Pet Mart luôn nâng cao trải nghiệm của khách hàng. Nếu như khách hàng tới các cửa hàng khác chỉ có thể mua sắm đồ dùng, phụ kiện. Nhưng tới với Pet Mart thì ngoài việc mua sắm, khách hàng có thể kết hợp dịch vụ spa, làm đẹp cho thú cưng. Pet Mart còn cung cấp dịch vụ khách sạn trông giữ chó mèo với các thiết bị hiện đại, hệ thống giám sát 24/24.



Dịch vụ cắt tỉa lông, spa cho thú cưng tại Pet Mart.

Thành công trong việc mở rộng chuỗi cửa hàng phủ sóng ở hầu hết các thành phố lớn trên toàn quốc, rất nhiều khách hàng đã trở thành khách quen tại Pet Mart không chỉ vì những đồ dùng, phụ kiện, thức ăn dành cho thú cưng mà còn vì cách phục vụ, chăm sóc tận tình của Pet Mart. Hơn nữa, Pet Mart còn cung cấp thêm cho khách hàng nhiều bài viết chia sẻ kinh nghiệm chăm sóc Thỏ cảnh, Chuột cảnh, Sóc cảnh, Chim cảnh, Bò sát cảnh hàng đầu tại Việt Nam.

Pet Mart luôn quan tâm đến đầu tư quảng cáo hình ảnh, thương hiệu tạo uy tín đối với khách hàng, tiếp cận gần hơn với nhu cầu khách hàng. Rất ít công ty cùng ngành với Pet Mart thành công ở mảng này. Ngoài ra, Pet Mart thường xuyên có các chương trình khuyến mãi để thu hút khách hàng như mua 1 tặng 1, mua theo combo để tri ân khách hàng.

2. Đề xuất chiến lược cạnh tranh

Trong xu thế xã hội ngày càng phát triển thì nhu cầu của khách về việc cho thú cưng sử dụng dịch vụ cũng càng tăng cao, đòi hỏi các cửa hàng thú cưng muốn phát triển thì phải không ngừng nâng cao chất lượng dịch vụ để khách hàng luôn được thấy hài lòng và thoải mái nhất.

Một vấn đề ở nhiều cửa hàng hiện nay đó là mỗi khi khách hàng muốn đưa thú cưng tới sử dụng dịch vụ thì việc chờ đợi rất lâu có khi phải chờ đến vài tiếng mới tới lượt. Việc này sẽ rất tốn thời gian nếu như có hàng chục khách hàng cùng đưa thú cưng tới sử dụng dịch vụ.

Trong thời đại số, hầu hết các công ty, doanh nghiệp, ... áp dụng công nghệ vào hệ thống quy trình của mình để giúp giảm thiểu thời gian, công sức và tối ưu được hoạt động của toàn thể hệ thống. Nhóm em có đề xuất một chiến

lược mới đó là chiến lược khác biệt hóa về dịch vụ của Pet Mart đó là áp dụng công nghệ vào quy trình đặt lịch của cửa hàng. Việc này sẽ là một chiến lược cạnh tranh tốt so với các cửa hàng khác trong việc cung cấp dịch vụ, giảm thiểu thời gian chờ đợi từ khách hàng.

Ưu điểm của chiến lược: Rút ngắn thời gian khách hàng, nâng cao chất lượng dịch vụ để tạo cho khách hàng một trải nghiệm tốt nhất mỗi khi đưa thú cưng đến sử dụng dịch vụ. Pet Mart cũng dễ dàng kiểm soát về bộ phận thực hiện dịch vụ, giảm được chi phí phải trả cho nhân viên và thay thế bằng công nghệ để gia tăng thời gian xử lý và lưu trữ thông tin. Và việc này sẽ là một chiến lược cạnh tranh tốt so với các cửa hàng khác trong việc cung cấp dịch vụ.

Như vậy chiến lược cạnh tranh là một yếu tố rất quan trọng quyết định đến việc kinh doanh của cửa hàng. Xác định được rõ và chính xác chiến lược cần thực hiện sẽ giúp cho hệ thống có cách nhìn tổng quát nhất về thị trường và có những thay đổi mới trong mọi hoạt động nhằm thu hút khách hàng mang lại sự phát triển của hệ thống

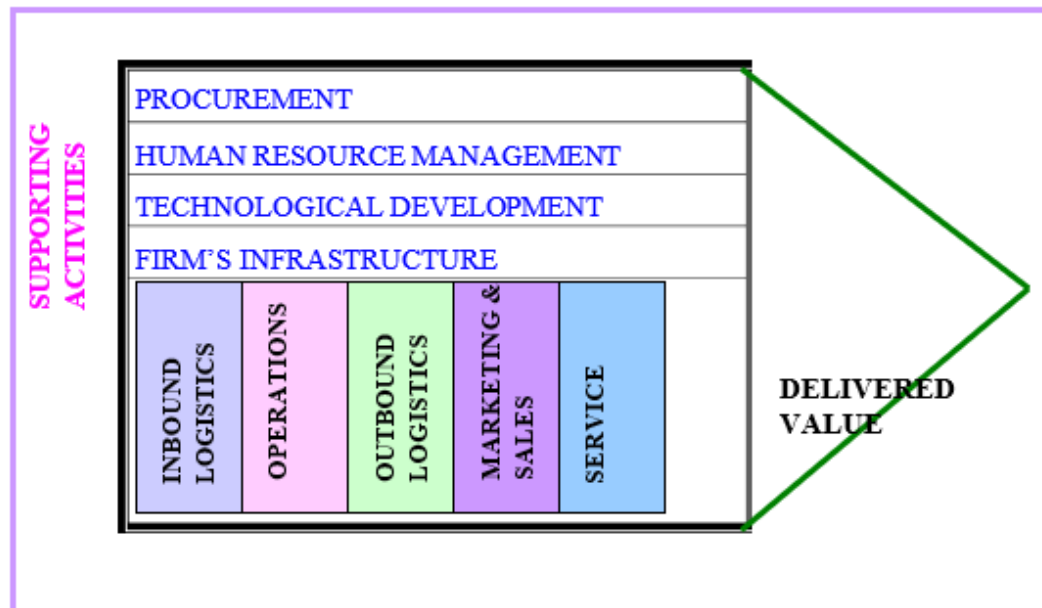
IV. CHUỖI GIÁ TRỊ

1. Khái niệm

a. Mô hình chuỗi giá trị của Michael Porter

Mô hình chuỗi giá trị là tất cả các hoạt động liên quan đến các hoạt động làm tăng giá trị tại mỗi bước trong quy trình bao gồm: thiết kế, sản xuất, tiếp thị và phân phối:

Generic Porter's Value Chain



Nguồn: Porter, M.E (1985)

Các hoạt động chính:

- Vận chuyển đầu vào (Inbound Logistics)
- Chế tạo (Operations)
- Vận chuyển đầu ra (Outbound Logistics)
- Tiếp thị và bán hàng (Marketing and Sales)
- Dịch vụ (Service)

Các hoạt động hỗ trợ:

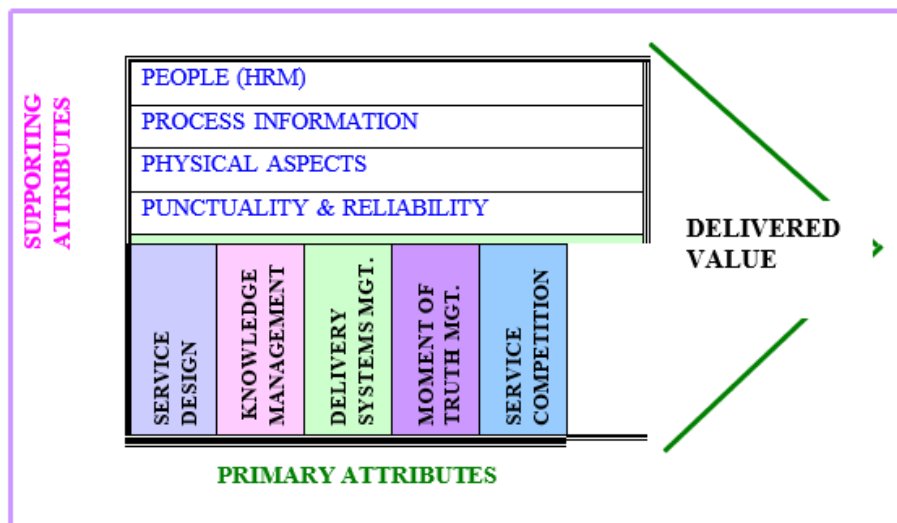
- Mua hàng (Procurement)
- Phát triển công nghệ (Technology development)
- Quản lý nguồn nhân lực (Human resource management)
- Cơ sở hạ tầng doanh nghiệp (Firm infrastructure)

b. Mô hình chuỗi giá trị dịch vụ

Trong phần nội dung nghiên cứu, nhóm chúng em đã chọn Công ty TNHH Pet Mart Việt Nam để nghiên cứu. Đây là công ty cung cấp dịch vụ, vì thế chúng ta cùng tìm hiểu sơ qua về mô hình chuỗi giá trị dịch vụ để có cái nhìn tổng quan hơn.

Mô hình chuỗi giá trị dịch vụ được phát triển bởi Giáo sư Gabriel, giảng viên đại học Mzumbe thuộc Tanzania.

Value Chain for Services (VACSE)



Các hoạt động chính:

Thiết kế dịch vụ (Service Design)

Người cung cấp dịch vụ cần phải hiểu chắc chắn về giá trị mà khách hàng sẽ mua. Đây là hoạt động chủ chốt trong chuỗi giá trị dịch vụ bởi những dịch vụ nghèo nàn về giá trị sẽ làm khách hàng thất vọng và bất mãn.

Quản lý tri thức (Knowledge Management)

Quản lý tri thức về dịch vụ bao hàm hai mặt: một mặt người cung cấp dịch vụ phải hiểu được nhu cầu thực sự của khách hàng, mặt khác phải giúp khách hàng

am hiểu loại hình dịch vụ mà anh ta cần mua và cách thức mà dịch vụ đó sẽ được phân phối đến anh ta như thế nào.

Quản lý hệ thống cung ứng (Delivery Systems Management)

Hệ thống cung cấp dịch vụ là đặc biệt quan trọng. Mặc dù khách hàng sẽ chỉ trả cho giá trị lõi của dịch vụ nhưng họ cũng xâu chuỗi tổng giá trị với hệ thống phân phối. Các hệ thống cung ứng dịch vụ càng thuận tiện thì sẽ càng tốt trong việc mang lại nhận thức về giá trị cho khách hàng.

Quản lý khoảnh khắc ra quyết định của khách hàng (Moment of Truth Management)

Moment of Truth là một khoảnh khắc mà tại đó nhà cung cấp dịch vụ gặp gỡ được nhu cầu của khách hàng. Khoảnh khắc này có thể để lại ấn tượng tích cực hoặc tiêu cực lên tâm trí của khách hàng. Khoảnh khắc này có thể xây dựng hoặc phá hủy niềm tin tưởng vào dịch vụ trong tâm trí khách hàng hiện tại và cả khách hàng tiềm năng.

Quản lý sự cạnh tranh (Service Competition Management):

Luôn xem xét hoạt động của các đối thủ cạnh tranh. Các hoạt động hỗ trợ:

- Quản lý nguồn nhân lực (People – HRM)
- Minh chứng hữu hình (Physical Aspects)
- Thông tin về quy trình cung cấp dịch vụ (Process Information)
- Đúng kế hoạch và đáng tin cậy (Punctuality Reliability)

2. Các hoạt động chính

2.1. Thiết kế dịch vụ (Service Design)

Pet Mart ban đầu là một cửa hàng bán đồ dùng chăm sóc vật nuôi. Sau này, nhận thấy nhu cầu của cộng đồng về các sản phẩm và dịch vụ chăm sóc thú cưng ngày một tăng cao nên hệ thống đã cung cấp thêm các dịch vụ chăm sóc thú cưng như tắm, cắt tỉa lông, khách sạn chó mèo.

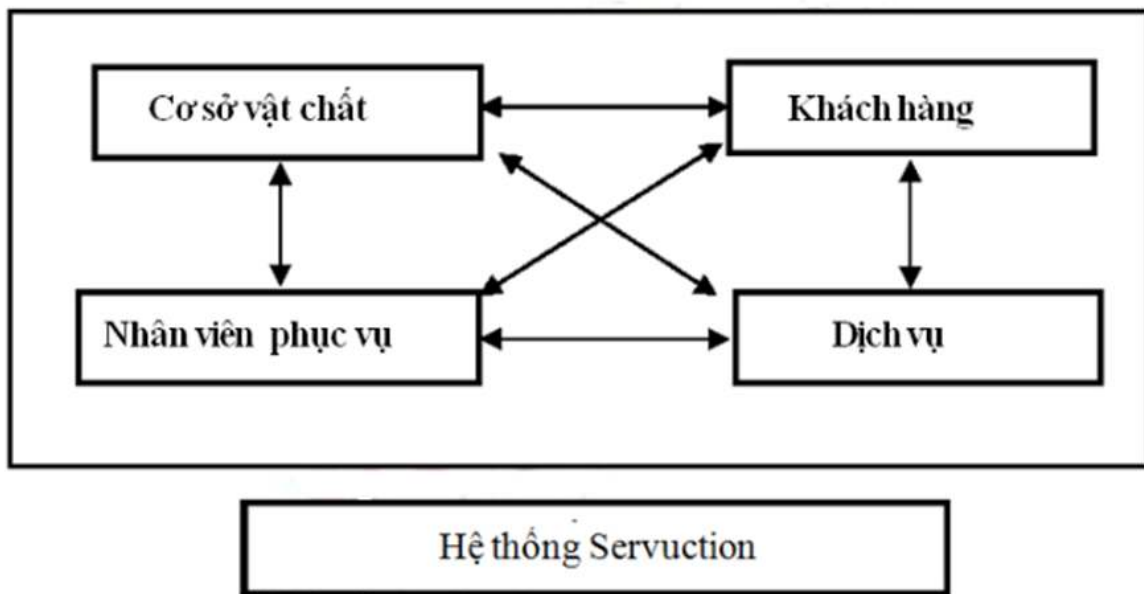
Thời gian tới Pet Mart dự kiến đầu tư xây dựng công viên, nghĩa trang cho chó mèo với quy mô lớn để hỗ trợ kinh phí tài trợ cho hoạt động của các hội nhóm, trạm cứu trợ chó mèo trên địa bàn các tỉnh, thành phố.

Pet Mart luôn sẵn sàng cung cấp tất cả các dịch vụ liên quan đến thú cưng của bạn!

2.2. Quản lý tri thức (Knowledge Management)

Pet Mart luôn thấu hiểu nhu cầu của khách hàng đó là coi thú cưng như một thành viên trong gia đình từ đó mà cung cấp mọi dịch vụ chăm sóc thú cưng tận tình nhất. Ngoài ra đội ngũ tư vấn của Pet Mart luôn nhiệt tình hỗ trợ để khách hàng có thể hiểu được các dịch vụ spa cung cấp cho khách

2.3. Quản lý hệ thống cung ứng (Delivery Systems Management)



Hệ thống cơ sở vật chất của Pet Mart ngày càng được hoàn thiện và đồng nhất. Các cửa hàng thú cưng Pet Mart được trang bị các trang thiết bị hiện đại. Hệ thống ánh sáng, đèn sưởi, điều hòa... ở tất cả các cửa hàng đều đáp ứng đầy đủ các tiêu chuẩn. Đảm bảo an toàn và chăm sóc thú cưng tốt nhất. Nhân viên của Pet Mart đều là những người yêu động vật và được đào tạo chuyên nghiệp, được tham gia các khóa học chăm sóc thú cưng từ các chuyên gia trong và ngoài nước. Từ đó cung cấp các dịch vụ tốt nhất cho thú cưng và làm hài lòng khách hàng

Quản lý khoảnh khắc ra quyết định của khách hàng (Moment of Truth Management)

Pet Mart luôn để lại ấn tượng tích cực với khách hàng, bằng chứng là các đánh giá 5 sao thể hiện độ hài lòng của khách hàng web của cửa hàng, trên fanpage và các kênh thông tin khác

2.4. Quản lý sự cạnh tranh (Service Competition Management)

Pet Mart luôn xem xét các đối thủ cạnh tranh trong ngành như Petcity, Kimi Pet, Dog Paradise....

3. Các hoạt động hỗ trợ

3.1. Quản lý nguồn nhân lực (People – HRM)

Nguồn nhân lực của Pet Mart đông đảo và có chuyên môn riêng ở từng lĩnh vực với các vị trí:

- Nhân viên bán hàng
- Nhân viên chăm sóc khách hàng
- Nhân viên tắm chó mèo
- Nhân viên cắt tỉa lông chó mèo
- Nhân viên marketing
- Nhân viên huấn luyện chó
- Bác sĩ thú y

3.2. Minh chứng hữu hình (Physical Aspects)

Hơn 100.000 thú cưng đã sử dụng dịch vụ của Pet Mart

3.3. Đúng kế hoạch và đáng tin cậy (Punctuality Reliability)

Pet Mart luôn đảm bảo hệ thống dịch vụ cung cấp cho khách hàng luôn đúng với những gì đã hứa hẹn

3.4. Thông tin về quy trình cung cấp dịch vụ (Process Information)

Mọi quy trình của dịch vụ luôn được Pet Mart cung cấp 1 cách đầy đủ nhất đến khách hàng qua các phương tiện truyền thông như website, fanpage... Và đặc biệt khách hàng sẽ được giải đáp mọi thắc mắc qua bộ phận chăm sóc khách hàng.

4. Hoạt động chính mang lại lợi thế cạnh tranh của công ty

4.1. Khái niệm lợi thế cạnh tranh

Lợi thế cạnh tranh là những gì làm cho doanh nghiệp nổi bật, trong khi các đối thủ cạnh tranh khác lại không làm được điều này. Nhờ đó, doanh nghiệp sẽ hoạt động tốt hơn so với những doanh nghiệp khác. Đây là yếu tố cần thiết phải có giúp công ty ngày càng thành công và tồn tại lâu dài, khác biệt so với đối thủ cạnh tranh.

4.2. Lợi thế cạnh tranh của Pet Mart

Pet Mart đứng đầu về quy mô và chất lượng, giữ vị trí số một trong ngành công nghiệp thú cưng tại Việt Nam và luôn không ngừng phát triển nâng cao chất lượng

Với tính năng gọi tự động, **OMICall** đã giúp Pet Mart có thêm bước tiến mới trong công cuộc chăm sóc khách hàng, cụ thể như chủ động quảng cáo và nhắc lịch hẹn cho khách hàng

V. QUY TRÌNH

1. Xây dựng kịch bản

Quy trình đặt lịch đặt lịch spa cho thú cưng hiện tại của Pet Mart hiện tại còn rất thủ công, kém hiệu quả: Đặt lịch bằng cách gọi điện thoại đến tổng đài hoặc nhắn tin cho fanpage rồi chờ nhân viên trực page trả lời.



Dạ anh/chị vui lòng cho em xin một chút thông tin để bên em tiến hành kiểm tra lịch tại Chi nhánh gần mình nhất ạ:

- Số điện thoại
- Giống cún/mèo
- Cân nặng hiện tại của bé
- Nơi anh/chị đang sống

Mèo anh lông ngắn 5 cân. Mình đang ở hà nội

Dạ em xin báo giá dịch vụ cho bé mèo 5 cân ạ

- Tắm trọn gói: 300.000
- Tắm cạo sát lông: 450.000
- Cắt tỉa trọn gói: 500.000

Dạ không biết chị cần đặt lịch dịch vụ gì cho bé vậy ạ

Ad tư vấn cho mình dịch vụ cắt tỉa trọn gói

Gói này có bao gồm tắm không

Và thời gian làm mất bao lâu vậy

Dạ dịch vụ bao gồm: tắm, vuốt tuyến hôi, sấy khô, chải lông rối, nhổ lông tai, vệ sinh tai, cắt mài móng chân, cắt tỉa gọn lông theo yêu cầu ạ

Dạ thời gian làm dịch vụ cho bé bên em không thể ước lượng được vì tùy vào số thứ tự của bé và tính cách của bé nhà mình nữa ạ. Trung bình cho mỗi một bé mất tầm 4 - 5 tiếng vì các bé mèo cắt tỉa sẽ lâu hơn một chút ạ

→ Quy trình không rõ ràng, thủ công do người trực page thực hiện.

→ Phải tiêu tốn nhiều tiền để thuê nhiều nhân viên trực page và phải dành ít tiền hơn để thuê nhân viên thực hiện dịch vụ (cắt tỉa lông, tắm rửa...)

Do vậy, nhóm em cải tiến quy trình đặt lịch spa thú cưng hiện tại như sau:
 Tự động hóa quy trình đặt lịch thú cưng: Người sử dụng dịch vụ có thể chủ động đăng ký lịch spa cho thú cưng tại app đặt lịch spa của Pet Mart → Các thông tin của thú cưng và sdt người đăng ký sẽ được tự động lưu lại → 1 Nhân viên trực page sẽ gọi điện xác nhận lại trước 1-2 tiếng.

→ Có thể phân bổ tài nguyên công ty để thuê nhân viên thực hiện dịch vụ để có thể spa cho nhiều em thú cưng hơn

Mô tả về quy trình

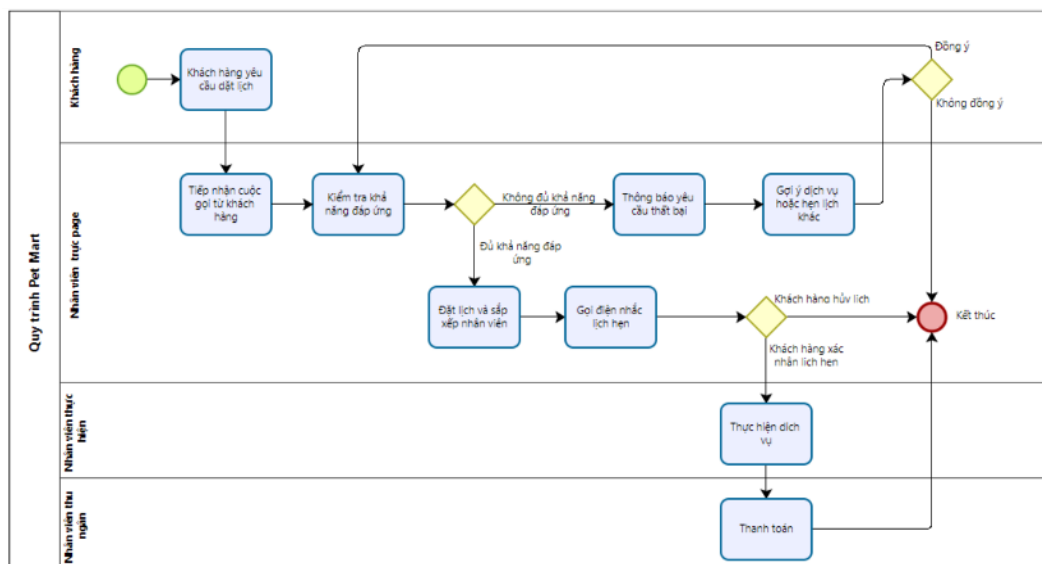
Bước	Tác vụ	Mô tả	Phụ trách công

			việc
1	Tiếp nhận và kiểm tra thông tin dịch vụ của khách đã chọn	Sau khi khách hàng đăng ký/đăng nhập trên website hoặc app, hệ thống sẽ tự động tiếp nhận và kiểm tra yêu cầu của khách	Hệ thống
2	Tiếp nhận và kiểm tra khả năng đáp ứng dịch vụ	Hệ thống sẽ kiểm tra dữ liệu có đáp ứng được dịch vụ của khách hàng đã đặt hay không + Nếu không sẵn sàng thì sẽ chuyển sang tác vụ 3 +Nếu sẵn sàng chuyển sang tác vụ 5	Hệ thống
3	Thông báo cho khách hàng yêu cầu thất bại	Hệ thống sau khi kiểm tra, shop không đủ điều kiện để phục vụ khách hàng, sẽ thông báo lại cho khách hàng để tiếp tục tác vụ 4	Hệ thống
4	Gợi ý dịch vụ khác hoặc hẹn lịch khác	Hệ thống sẽ tự động đưa ra các loại dịch vụ và thời gian có thể đáp ứng được nhu cầu của khách hàng: +Nếu khách hàng đồng ý, thì sẽ chuyển sang tác vụ 5 để tiếp nhận yêu cầu +Nếu khách hàng không đồng ý, thì sẽ kết thúc quy trình	Hệ thống
5	Thông báo cho	Thông báo yêu cầu dịch vụ thành	Hệ

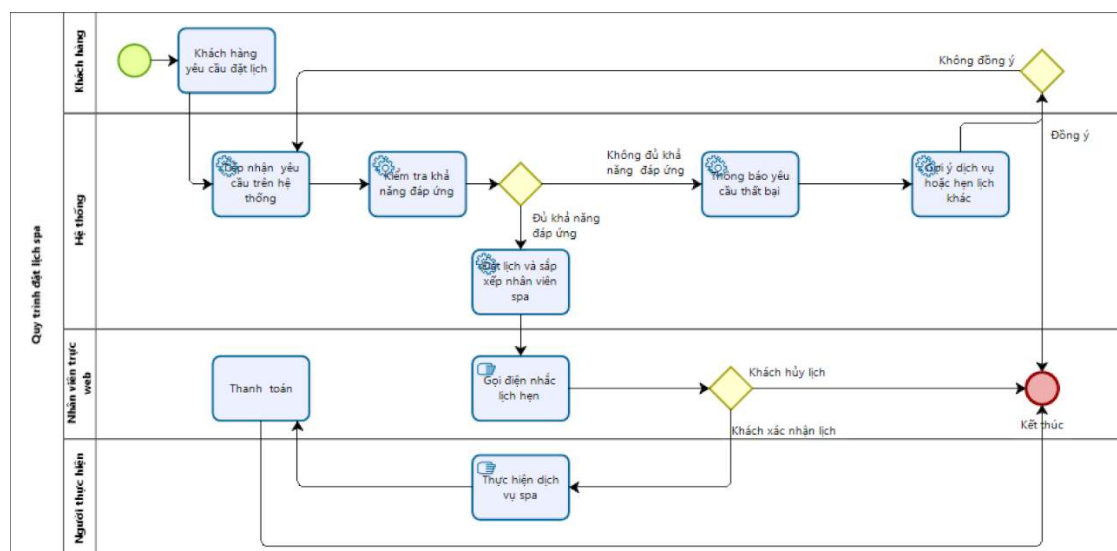
	khách yêu cầu dịch vụ thành công	công, song song hệ thống sẽ đặt lịch, sắp xếp nhân viên spa và thông báo về lịch làm việc của nhân viên spa.	thống
6	Thông báo nhắc lại lịch đã hẹn cho khách hàng	<p>Nhân viên trực web sẽ thông báo trước từ 1h-2h, trước khi đến thời gian đã hẹn với khách:</p> <p>+Nếu khách hàng đồng ý, chuyển sang tác vụ 7.</p> <p>+Nếu khách hàng không muốn tiếp tục dịch vụ sẽ kết thúc quy trình.</p> <p>+Nếu khách hàng muốn đổi dịch vụ hoặc hẹn lịch khác thì vẫn sẽ kết thúc quy trình và yêu cầu khách hàng thực hiện đặt lại lịch.</p>	Nhân viên trực web
7	Thực hiện dịch vụ	Sau khi nhận thông báo từ hệ thống, nhân viên spa sẽ dựa theo yêu cầu của khách hàng để chuẩn bị cho hợp lý	Nhân viên spa
8	Thanh toán cho khách	Nhân viên thu ngân thanh toán hóa đơn và kết thúc quy trình	Nhân viên thu ngân

2. Mô hình hóa quy trình trên Bizagi

2.1. Quy trình đặt lịch cho thú cưng chưa cải tiến (As-is Model)



2.2. Quy trình đặt lịch cho thú cưng sau khi cải tiến (To-be Model)

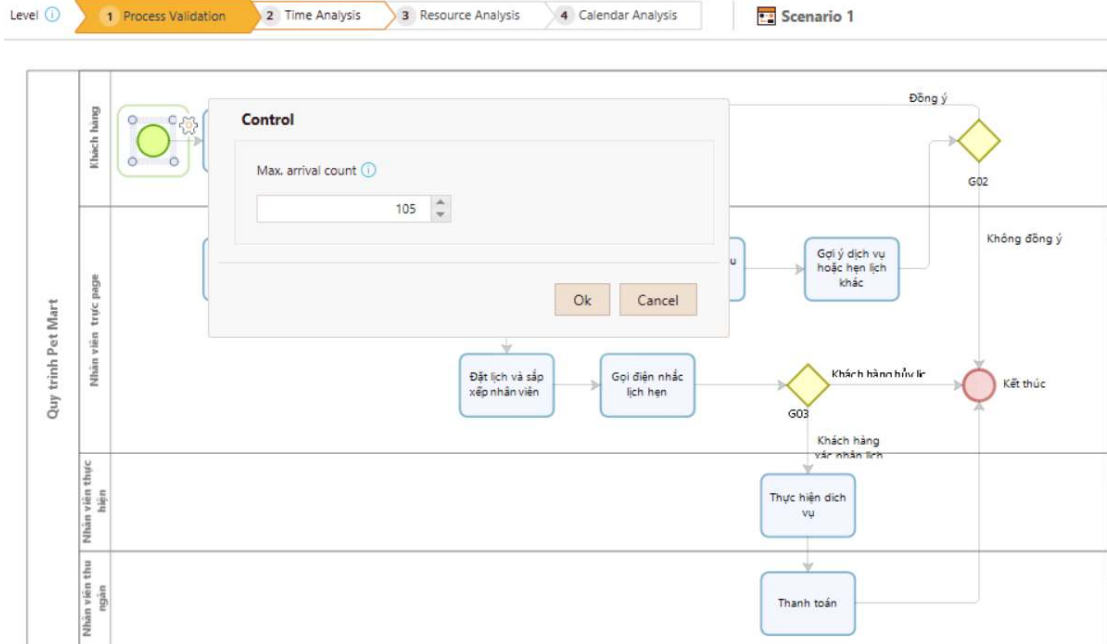


3. Cài đặt tham số

3.1. Quy trình đặt lịch spa cho thú cưng chưa cải tiến

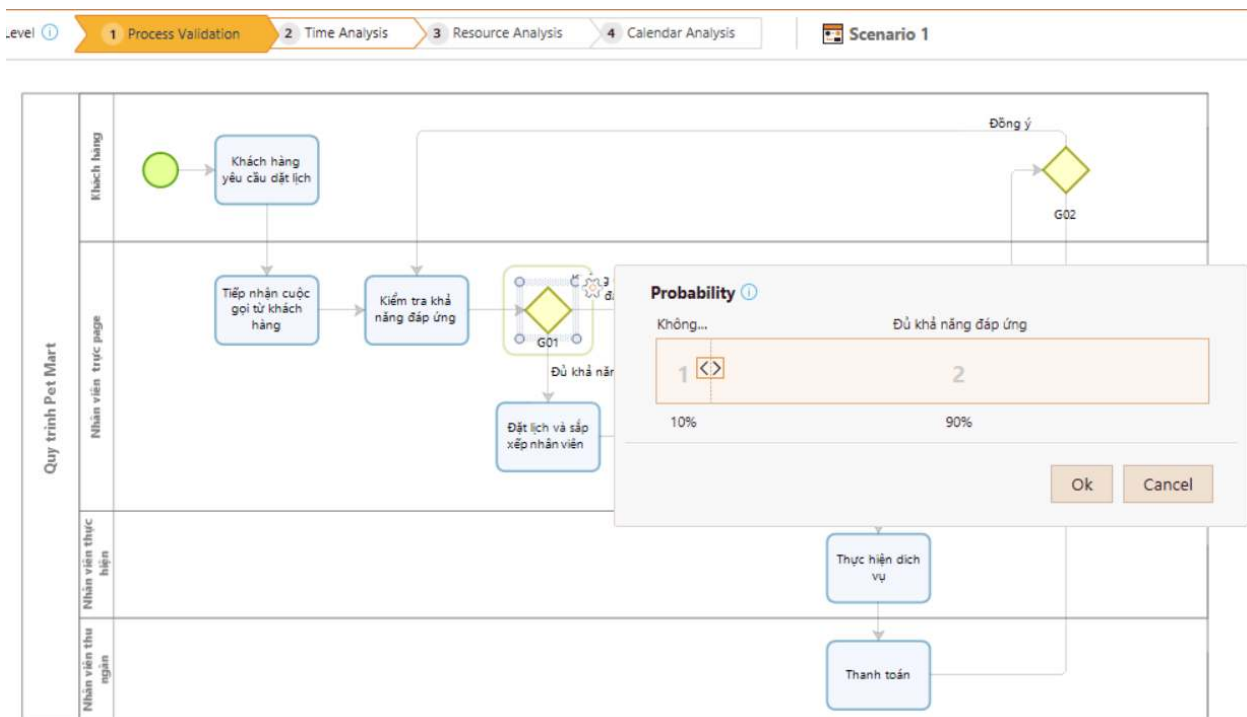
3.1.1. Cài đặt tham số Process Validation

a. Tham số Max Arrival Count: Số lần thực hiện quy trình tối đa 105 lần.

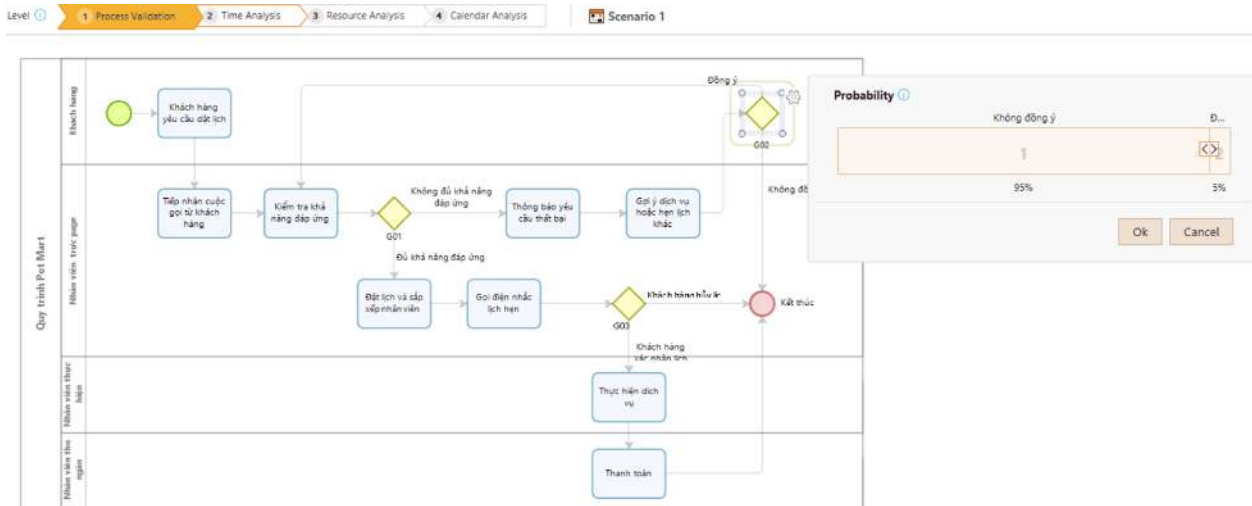


b. Tham số Probability: Tham số này có ý nghĩa “khả năng có thể xảy ra”

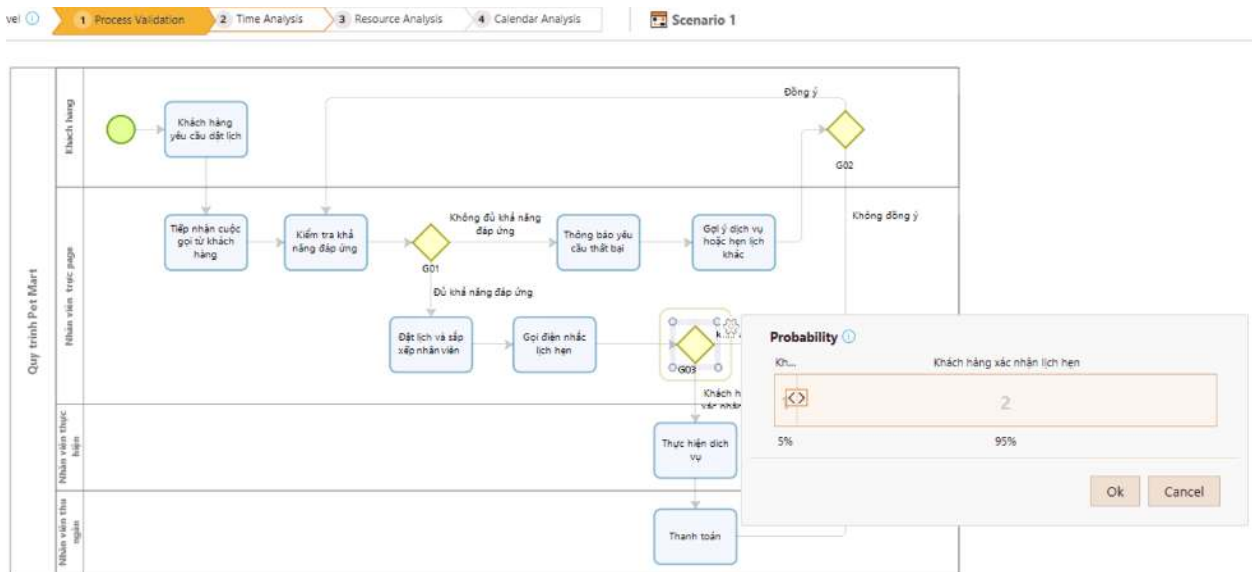
- G01: Kiểm tra khả năng đáp ứng: Không đủ khả năng đáp ứng: 10%, đủ khả năng đáp ứng: 90%



- G02: Kiểm tra khả năng đồng ý chọn gọi ý dịch vụ: Không đồng ý: 95%, đồng ý: 5%

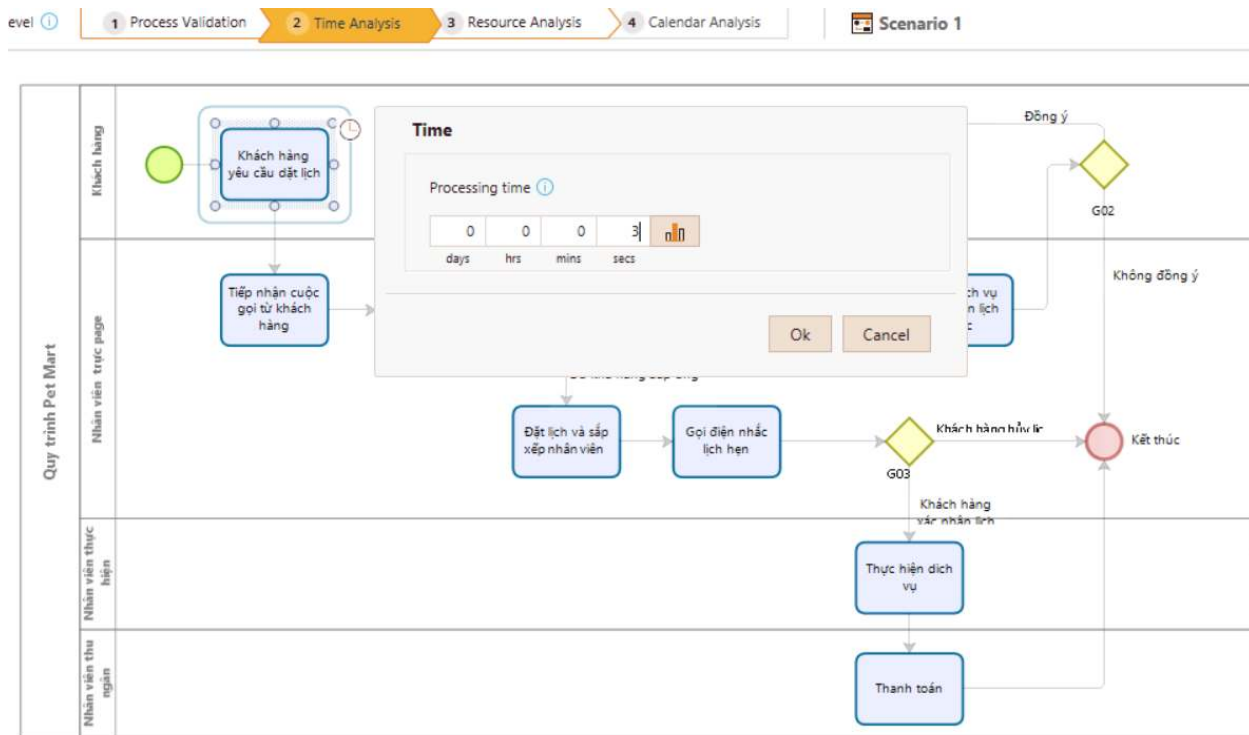


- G03: Kiểm tra khả năng đồng ý xác nhận lịch hẹn: Đồng ý: 95%, không đồng ý: 5%

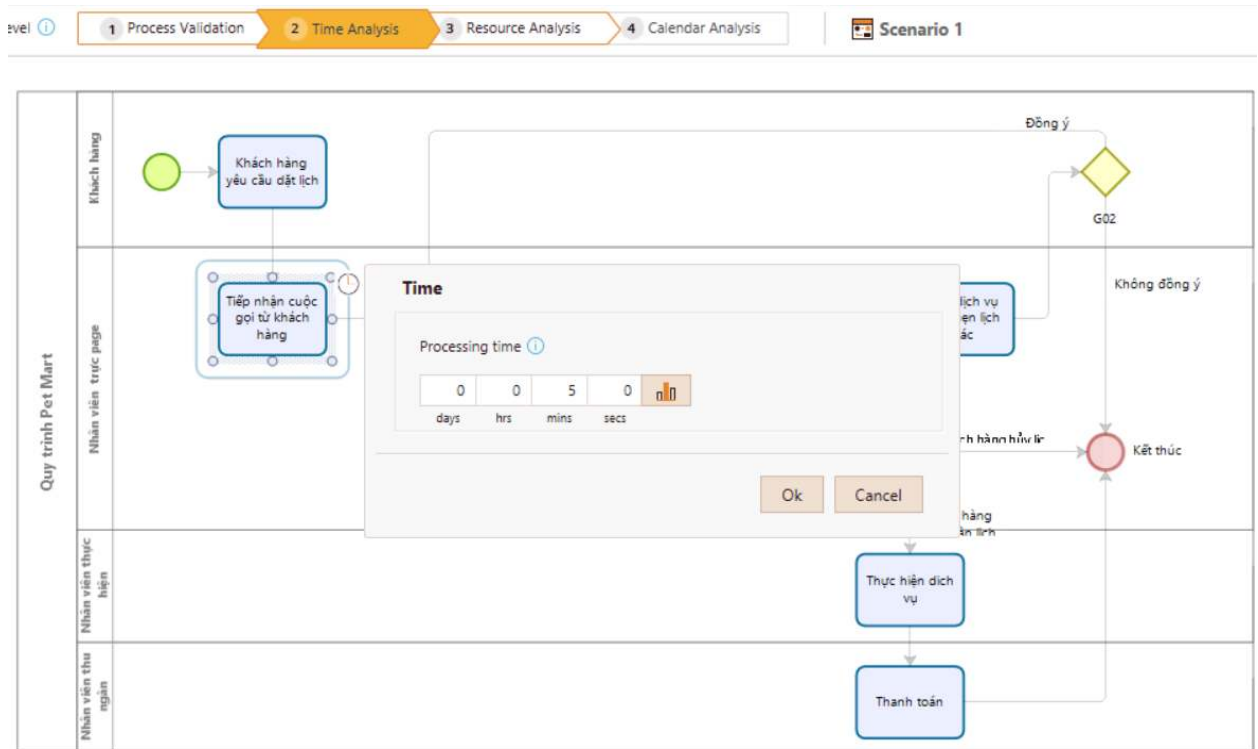


3.1.2. Cài đặt tham số Time Analysis: là thời gian tối đa cho 1 tác vụ được thực hiện

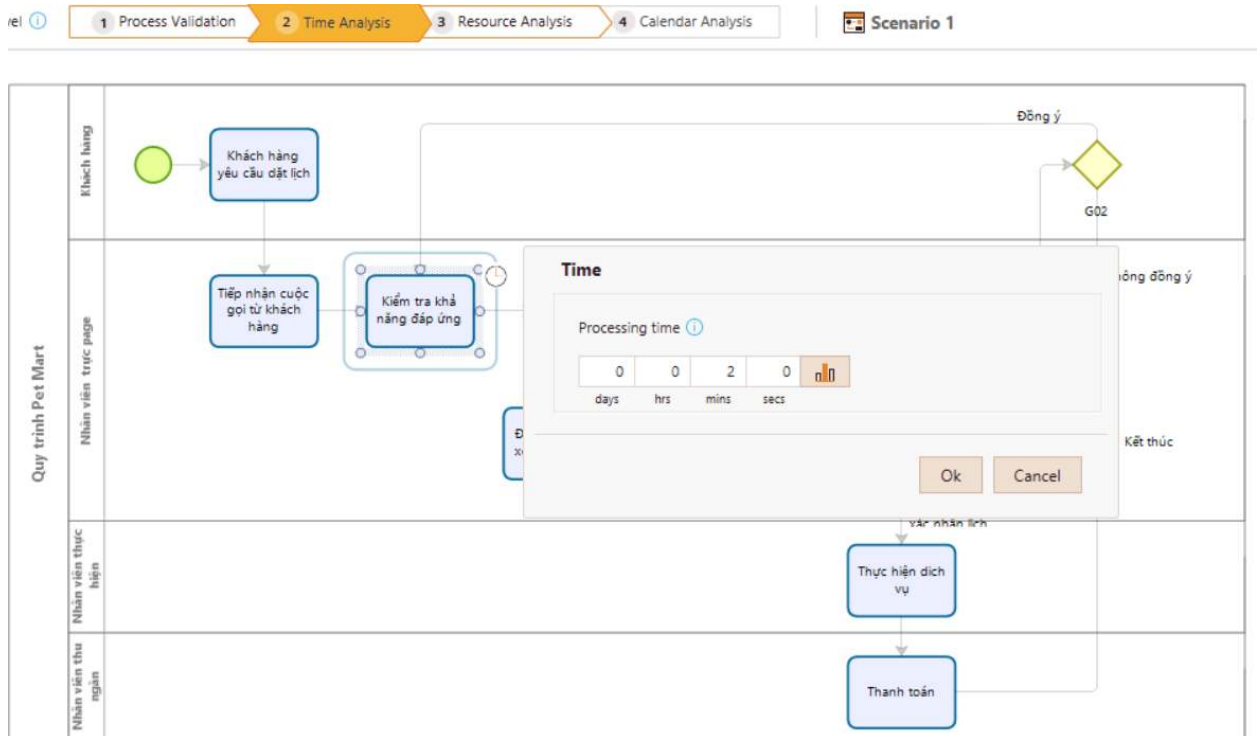
- Tác vụ 1: Khách yêu cầu lịch, thời gian tối đa để thực hiện tác vụ này là 3 giây.



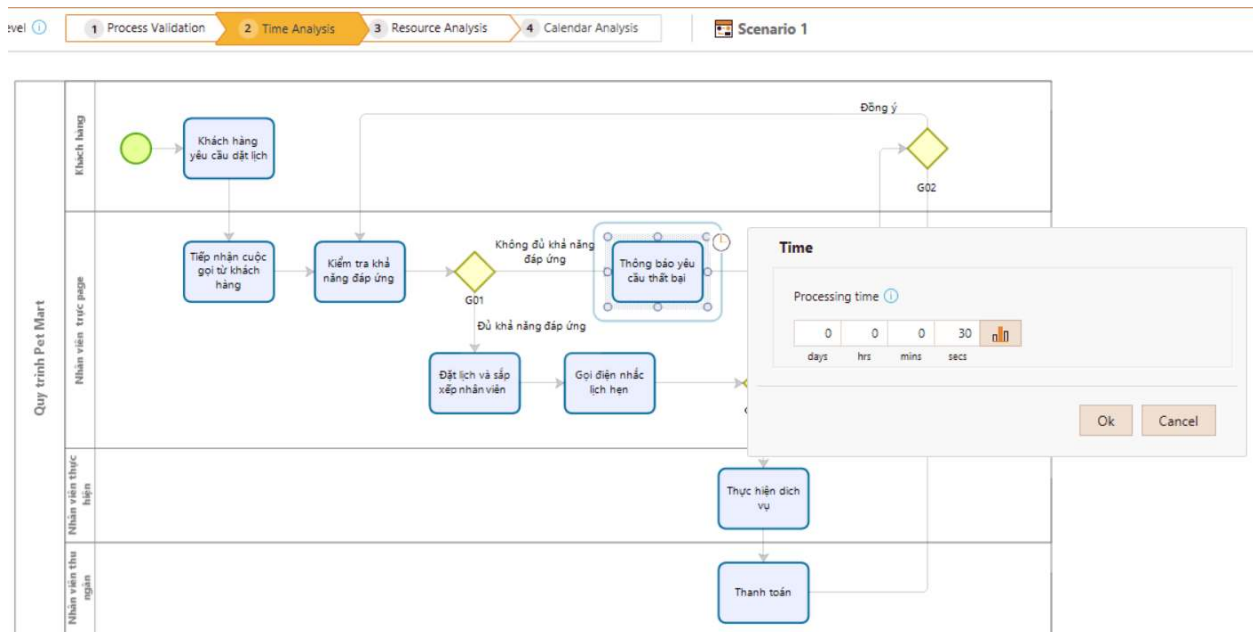
- Tác vụ 2: Tiếp nhận cuộc gọi từ KH, thời gian tối đa là 5 phút



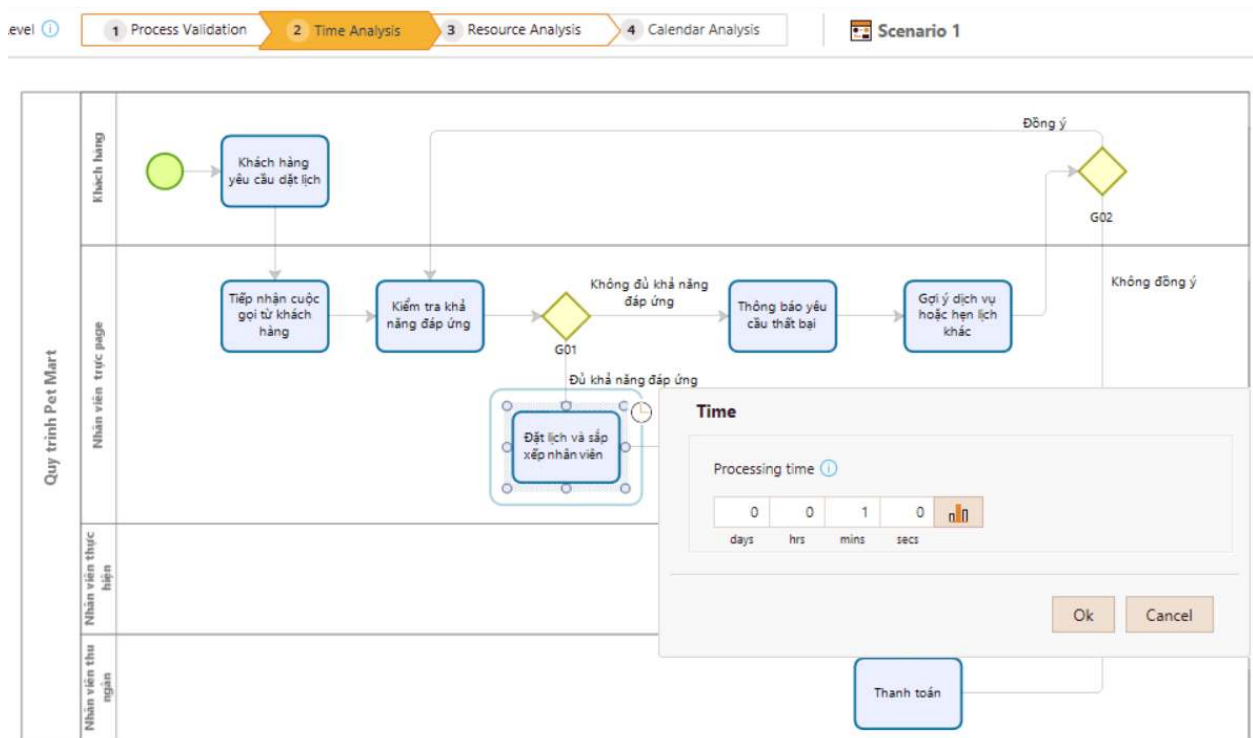
- Tác vụ 3: Kiểm tra khả năng đáp ứng. Thời gian tối đa 2 phút



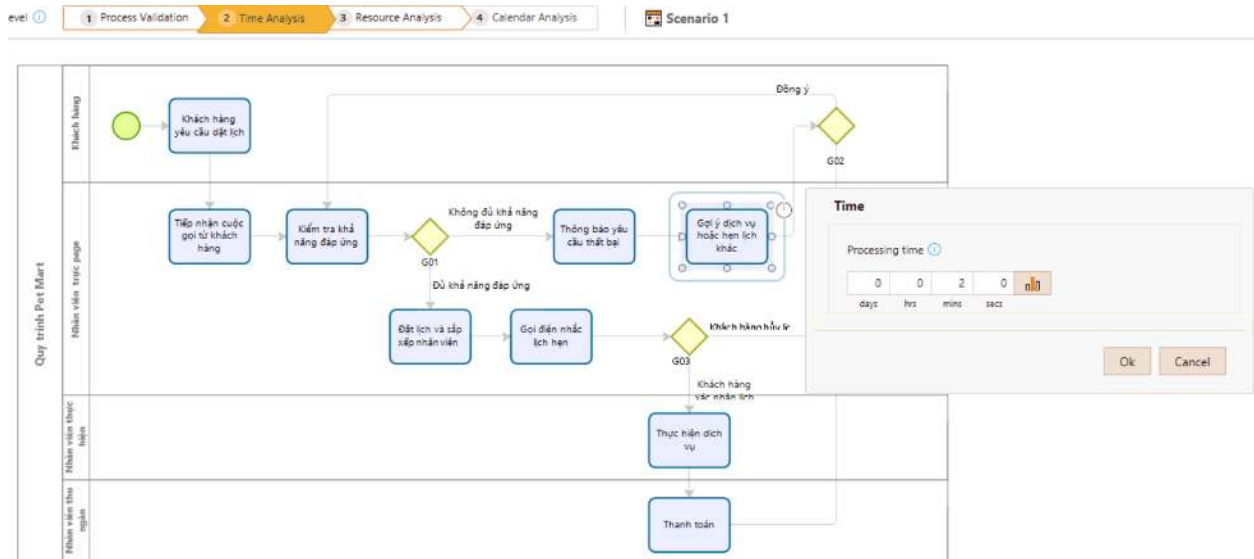
- Tác vụ 4: Thông báo yêu cầu thất bại. Thời gian tối đa 30 giây



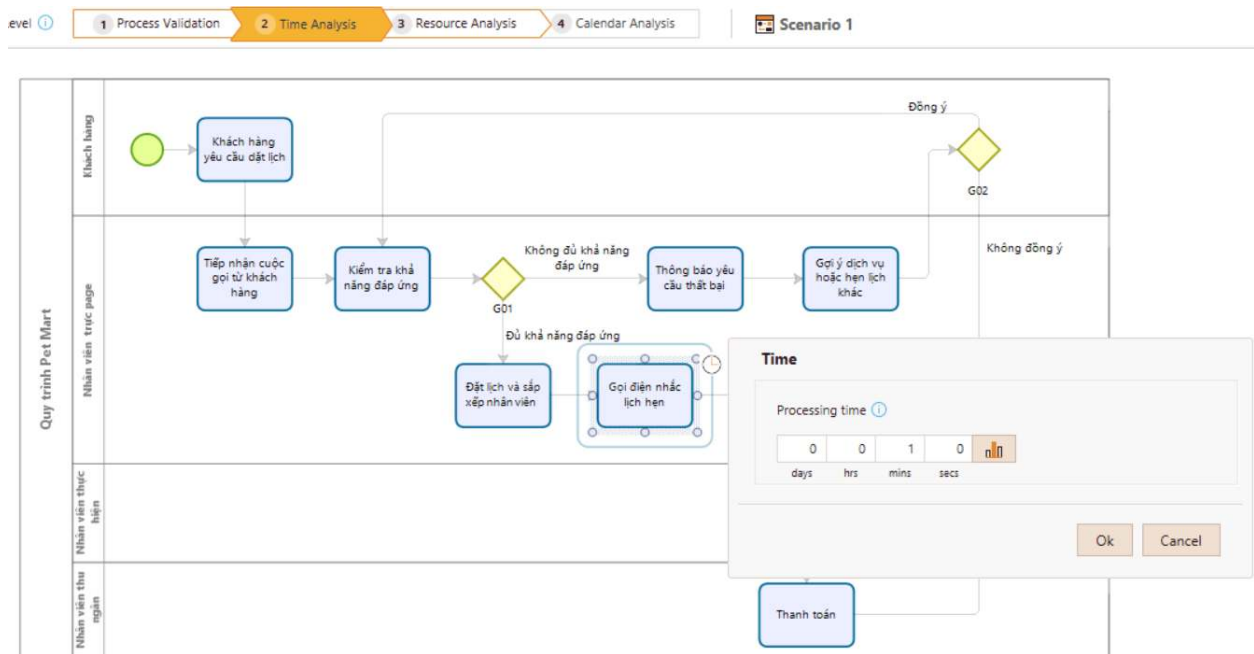
- Tác vụ 5: Đặt lịch và sắp xếp nhân viên. Thời gian tối đa 1 phút



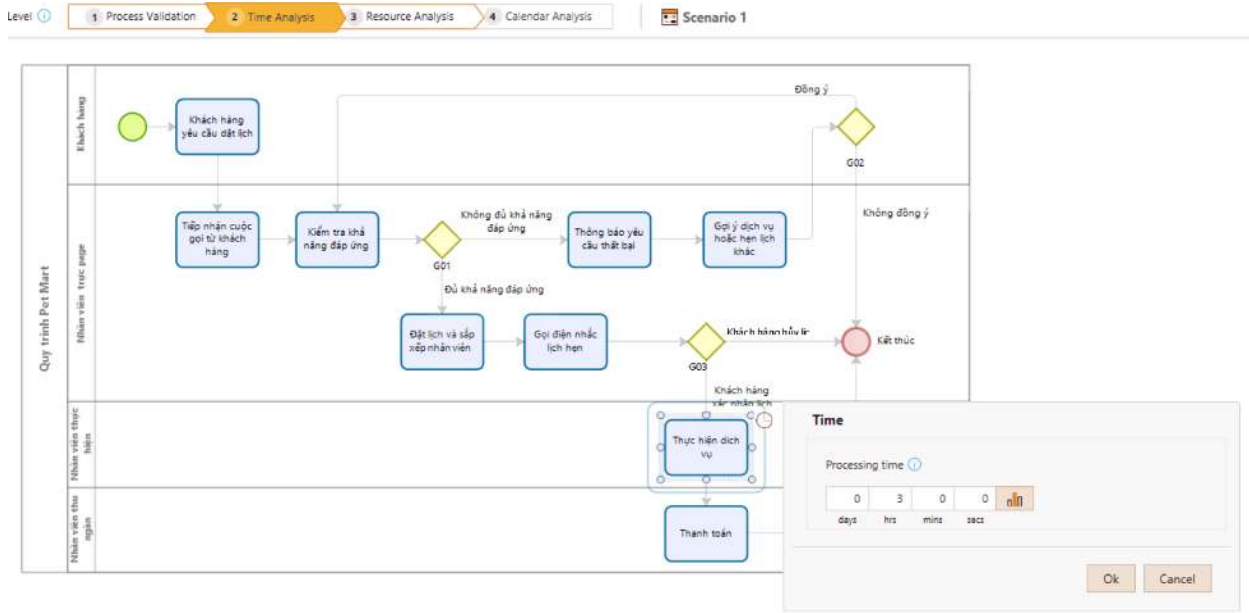
- Tác vụ 6: Gợi ý dịch vụ hoặc hẹn lịch khác. Thời gian tối đa 2 phút



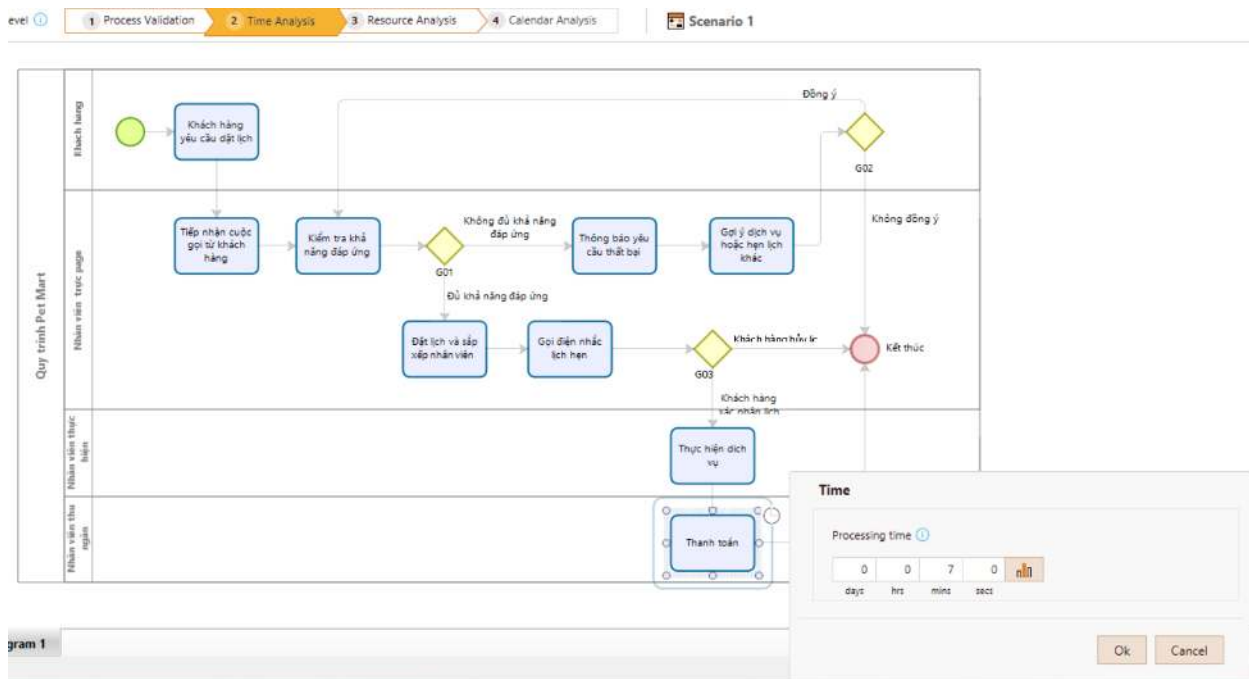
- Tác vụ 7: Gọi điện nhắc lịch hẹn. Thời gian tối đa 1 phút



- Tác vụ 8: Thực hiện dịch vụ. Thời gian thực hiện 3 giờ



- Tác vụ 9: Thanh toán. Thời gian xử lý 7 phút

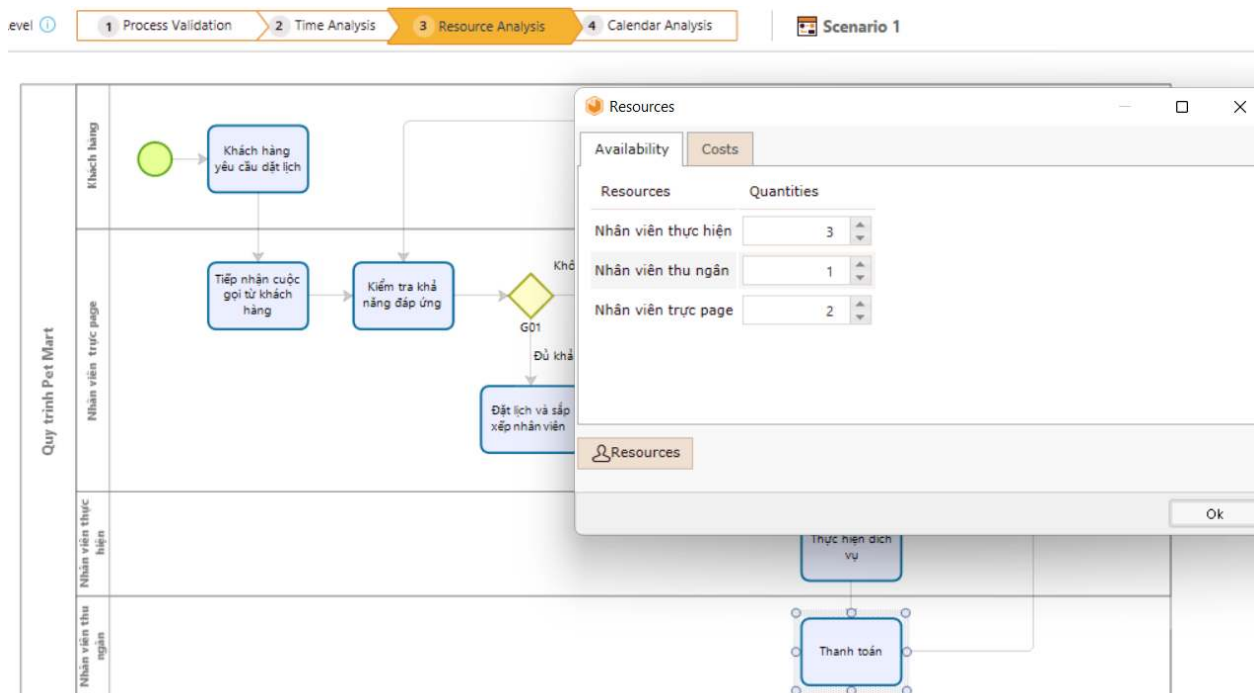


3.1.3. Cài đặt tham số Resource Analysis: là công cụ quản lý nguồn nhân lực trong thực hiện quy trình

Thêm các nguồn lực: có 3 nhân tố tham gia là nhân viên trực web, nhân viên thực hiện, nhân viên thu ngân. Cả 3 nhân tố này đều chọn Type là Role vì đây là các nhân tố đóng vai trò cụ thể trong 1 quy trình của cửa hàng.

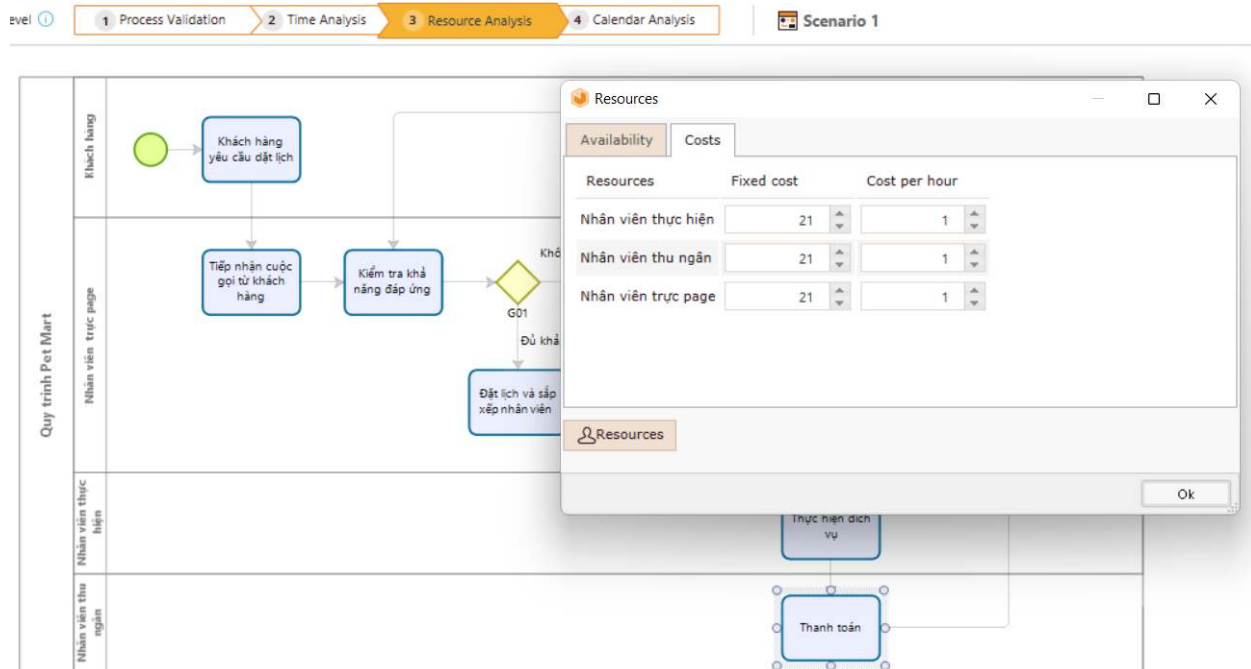
Chọn số lượng nhân viên tối đa của các vị trí trong thẻ Availability, mục Quantities với:

- + Số nhân viên trực page tối đa là: 2
- + Nhân viên thực hiện tối đa là: 3
- + Nhân viên thu ngân tối đa là: 1



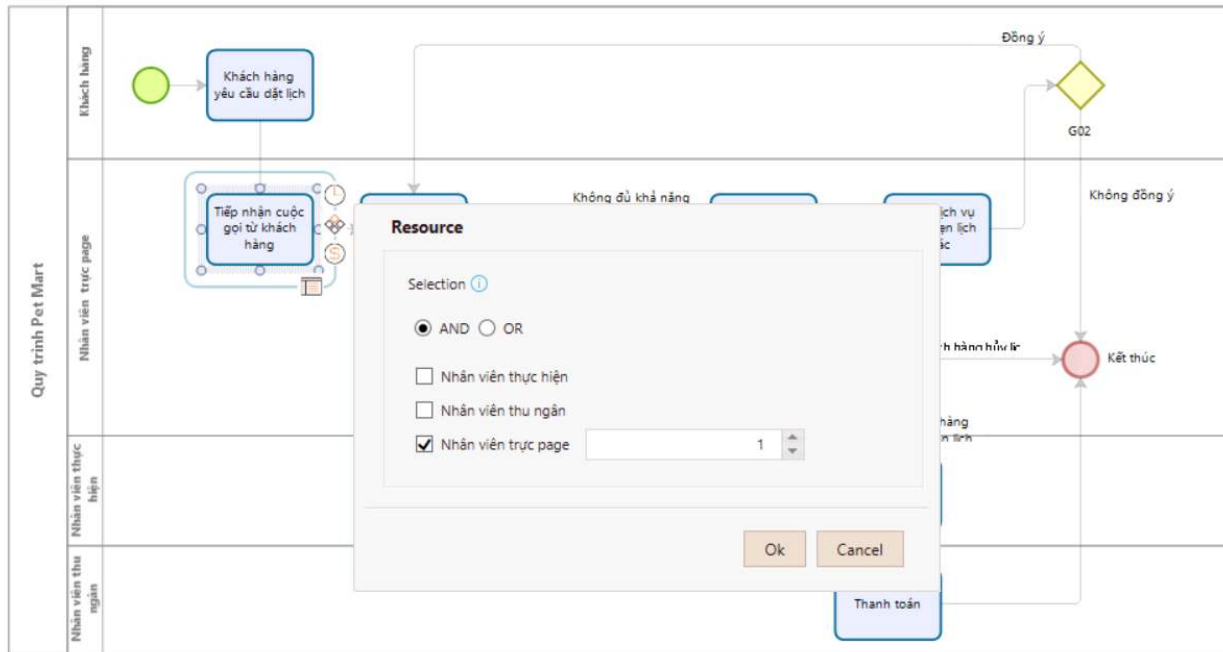
Chọn chi phí cố định của các vị trí trong mục Fixed Cost

- + Số nhân viên trực page là: 21
- + Nhân viên thực hiện là: 21
- + Nhân viên thu ngân là: 21

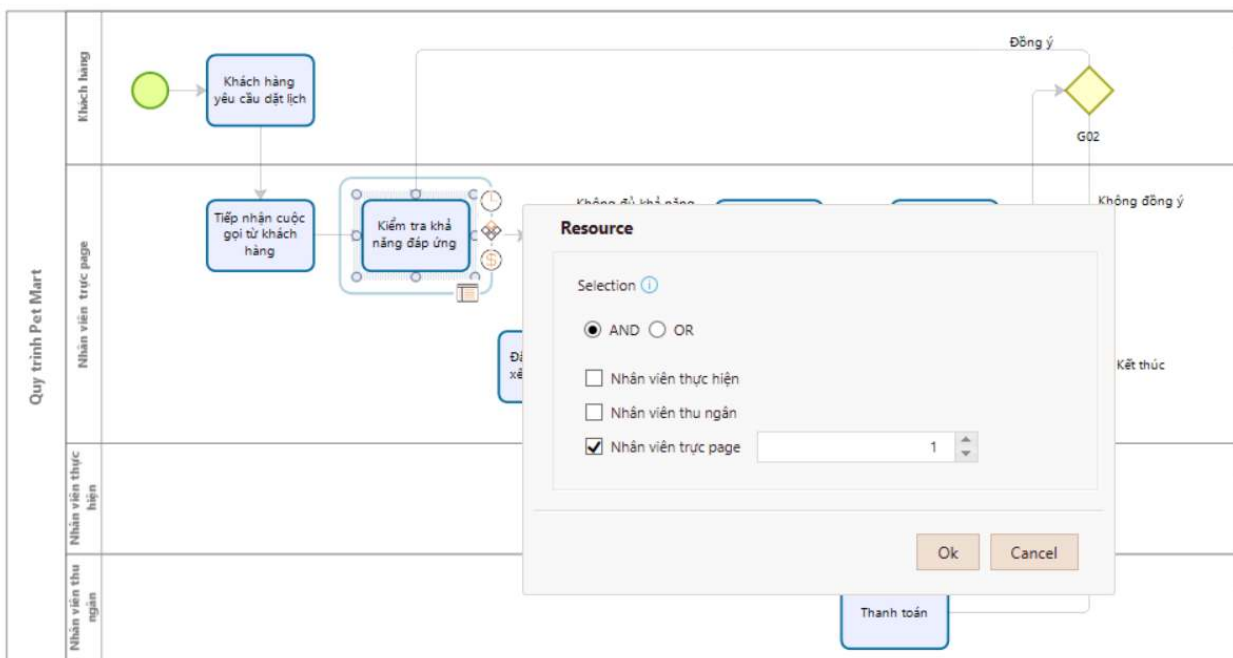


Chọn nhân lực thực hiện từng tác vụ và số nhân lực cần để thực hiện tác vụ đó

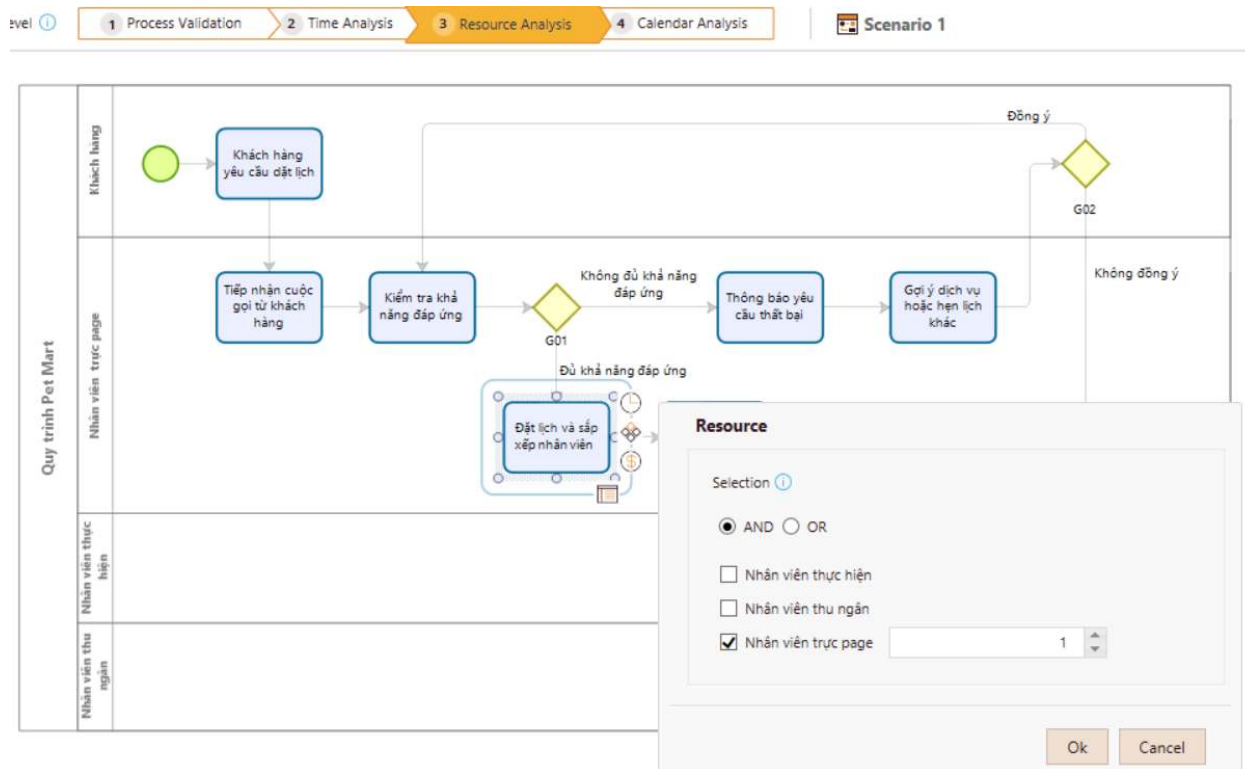
+ Resource cho tác vụ 1 “Tiếp nhận cuộc gọi từ khách hàng”: 1 nhân viên trực page



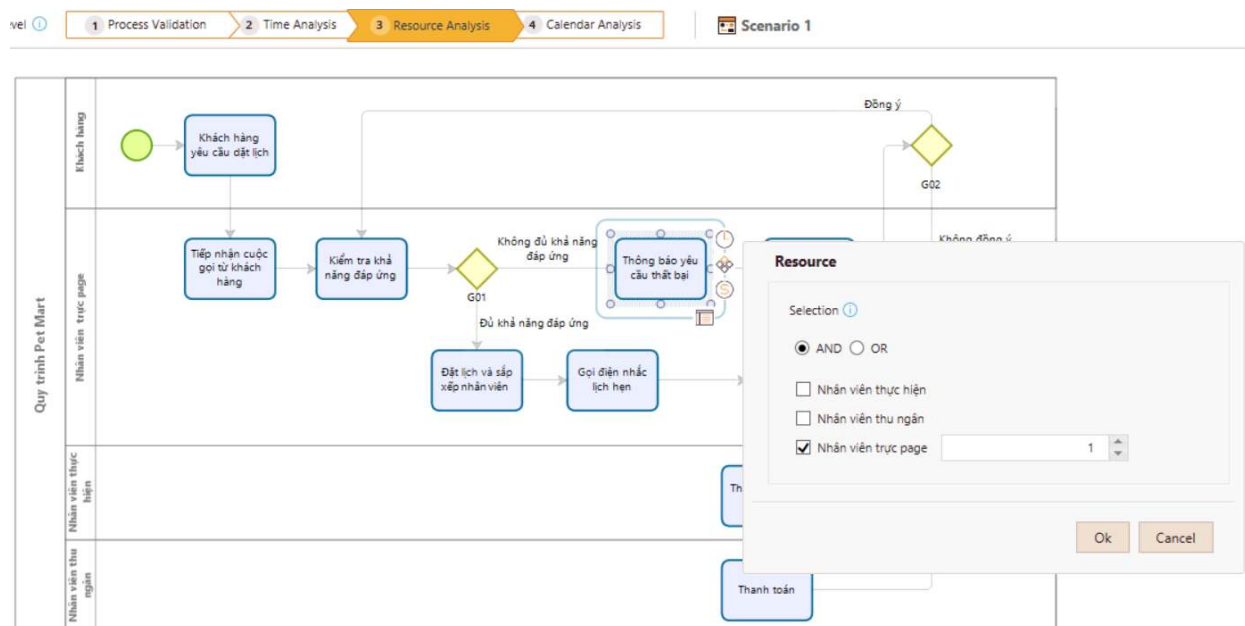
+ Resource cho tác vụ 2 “Kiểm tra khả năng đáp ứng”: 1 nhân viên trực page



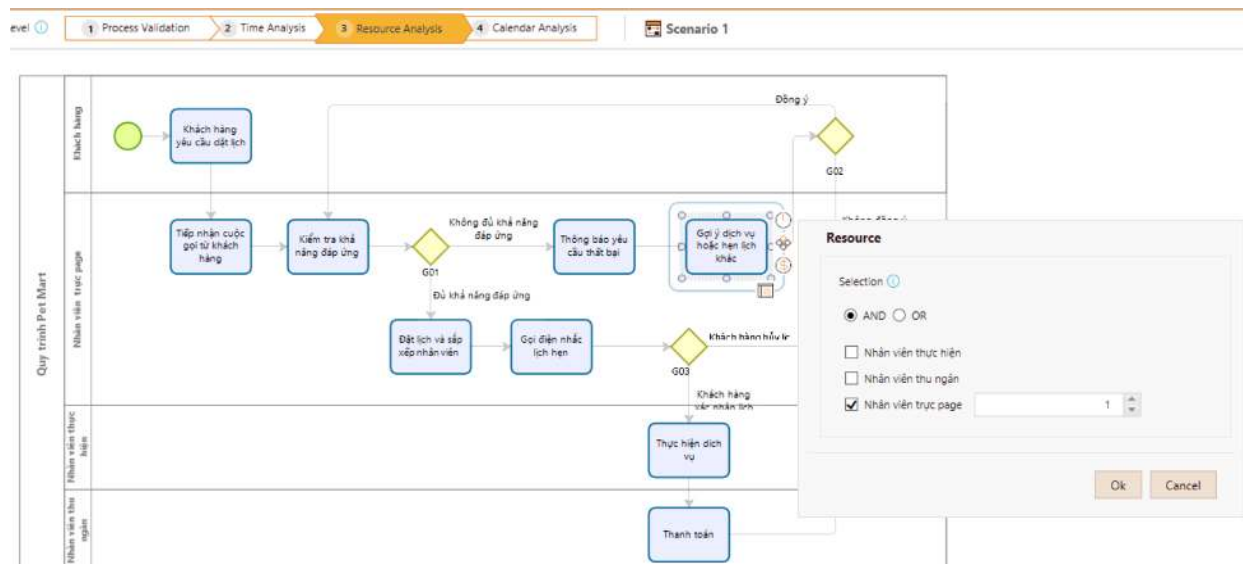
+ Resource cho tác vụ 3 “Đặt lịch và sắp xếp nhân viên”: 1 nhân viên trực page



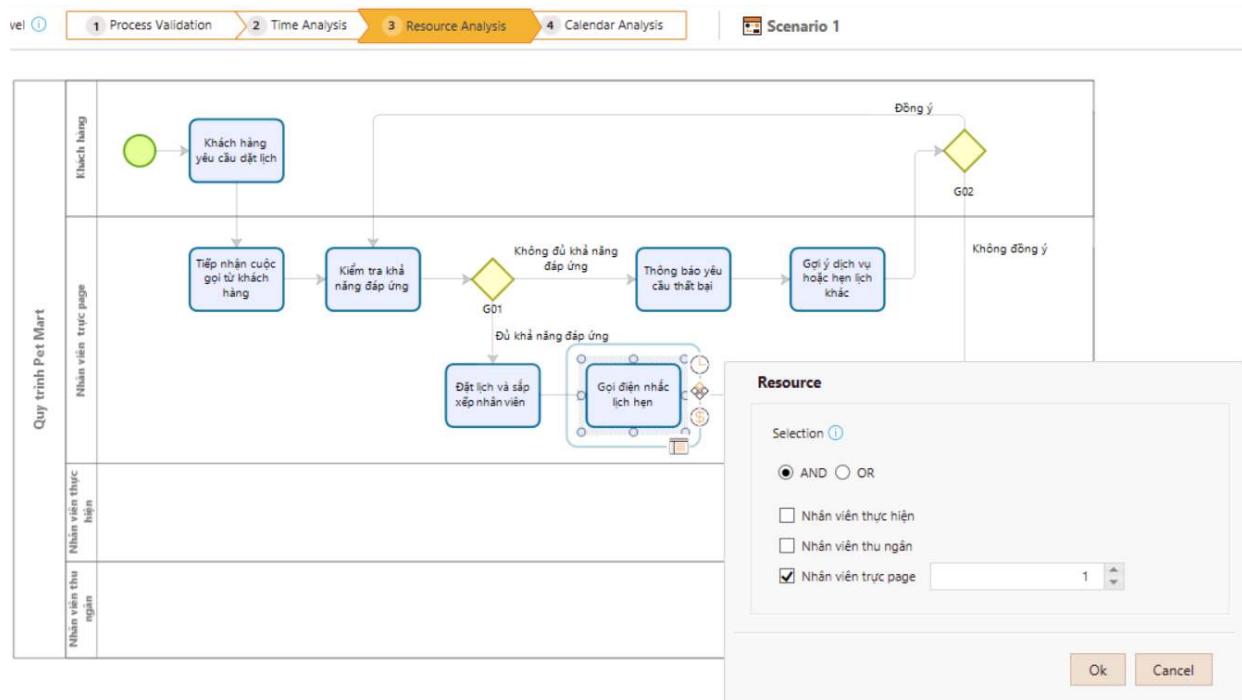
+ Resource cho tác vụ 4 “Thông báo yêu cầu thất bại”: 1 nhân viên trực page



+ Resource cho tác vụ 5 “Gợi ý dịch vụ hoặc hẹn lịch khác”: 1 nhân viên trực page



+ Resource cho tác vụ 6 “Gọi điện nhắc lịch hẹn”: 1 nhân viên trực page



+ Resource cho tác vụ 7 “Thực hiện dịch vụ”: 3 nhân viên thực hiện

Resource

Selection ⓘ

☒ AND ☐ OR

☒ Nhân viên thực hiện

☐ Nhân viên thu ngân

☐ Nhân viên trực page

Ok Cancel

+ Resource cho tác vụ 8 “Thanh toán”: 1 nhân viên trực page, 1 nhân viên thu ngân

Resource

Selection ⓘ

☒ AND ☐ OR

☐ Nhân viên thực hiện

☒ Nhân viên thu ngân

☒ Nhân viên trực page

Ok Cancel

3.1.4. Cài đặt tham số Calendar Analysis

Lịch làm việc được thiết lập làm 2 ca

- + Ca sáng: 8h-12h
- + Ca chiều: 12h-17h
- + Ca tối: 17h-22h

Calendars

Ca sáng
Ca chiều
Ca tối

Add Remove

Calendar

Name: Ca sáng

Start time: 08:00 AM

Duration: 4 hours

Recurrence pattern

☒ Daily Every 1 days

☐ Weekly

☐ Monthly

☐ Yearly

Range of recurrence

Start: 10/04/2022

☒ No end date

☐ End after: 10 occurrences

☐ End by: 10/05/2022

Ok

Calendars

Ca sáng

Ca chiều

Ca tối

Add

Remove

Calendar

Name

Ca chiều

Start time

12:00 PM

Duration

5 hours

Recurrence pattern

☒ Daily

Every 1 days

☐ Weekly

☐ Monthly

☐ Yearly

Range of recurrence

Start

10/04/2022

☒ No end date

☐ End after: 10 occurrences

☐ End by: 10/05/2022

Ok

Calendars

Ca sáng

Ca chiều

Ca tối

Add

Remove

Calendar

Name

Ca tối

Start time

05:00 PM

Duration

5 hours

Recurrence pattern

☒ Daily

Every 1 days

☐ Weekly

☐ Monthly

☐ Yearly

Range of recurrence

Start

10/04/2022

☒ No end date

☐ End after: 10 occurrences

☐ End by: 10/05/2022

Ok

Thiết lập số nhân viên làm việc tương ứng với các ca đã tạo

Resources

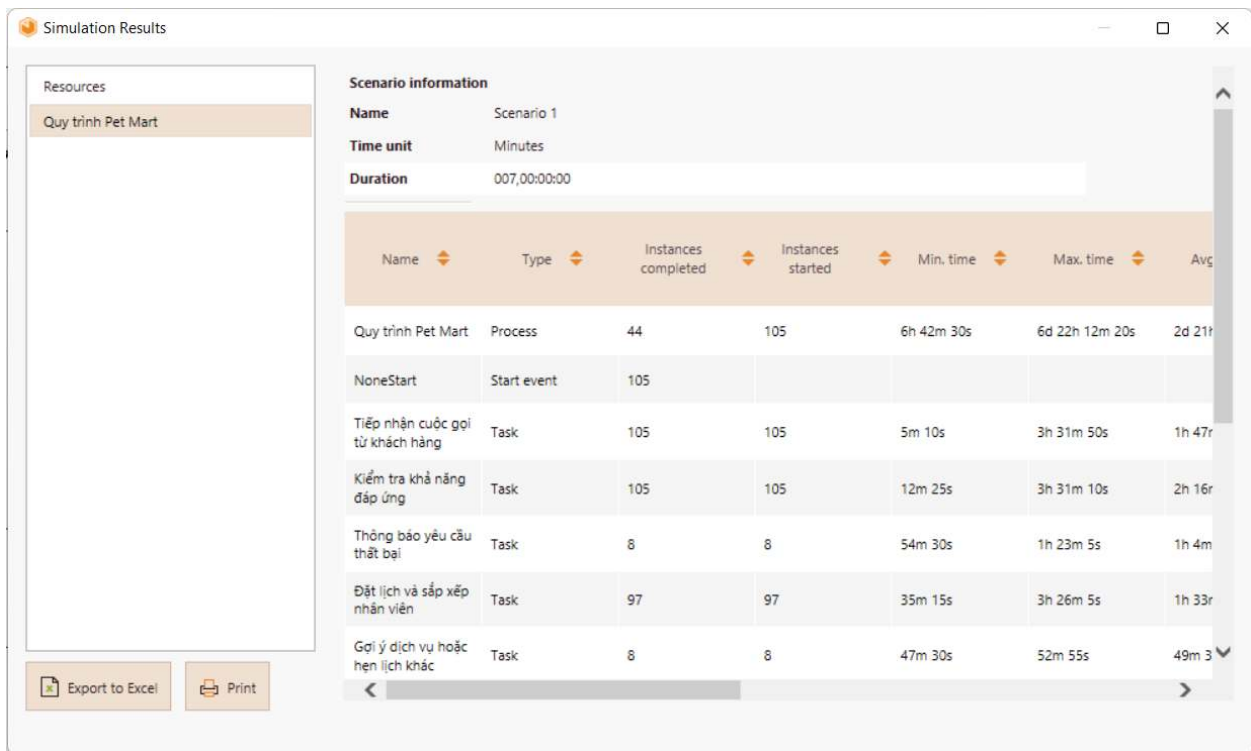
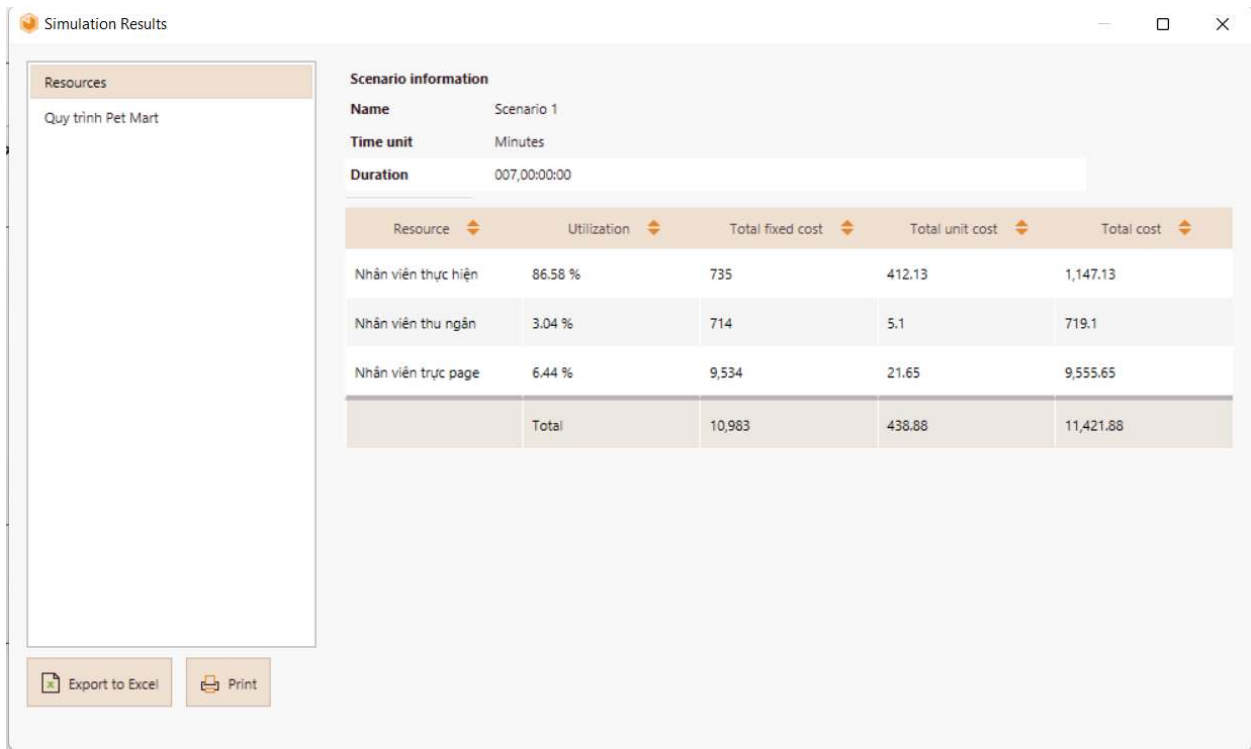
Availability
Costs

Resources	Default quantities	Ca sáng	Ca chiều	Ca tối
Nhân viên thực hiện	3	2	3	3
Nhân viên thu ngân	1	1	1	1
Nhân viên trực page	2	2	2	2

Resources
Calendars

Ok

e. Kết quả



Giải thích:

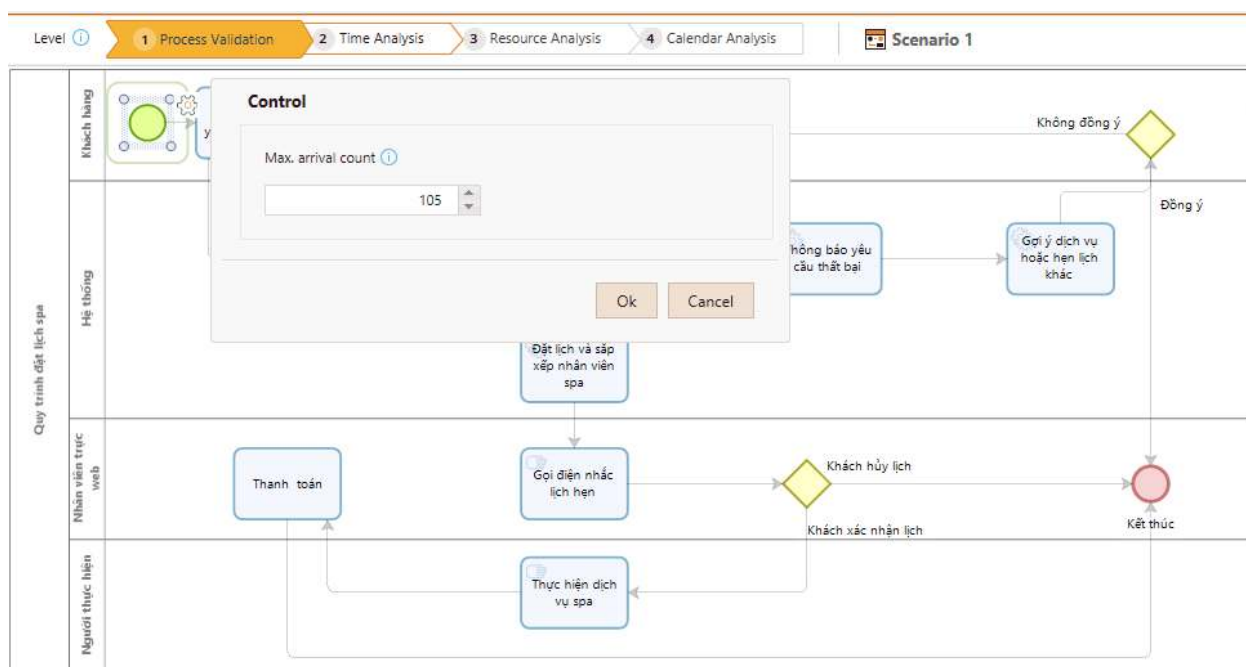
+ Tại thẻ Resource: Cột Utilization là tỷ lệ sử dụng tài nguyên, là tỷ lệ phần trăm thời gian mà tài nguyên bận rộn đối với tổng thời gian có sẵn. Ở đây nhân viên trực page chỉ làm nhiệm vụ xác nhận đơn hàng nên tốn ít thời gian hơn nhân viên giao hàng.

→ Việc thực hiện dịch vụ được thực hiện tốn quá nhiều thời gian cần phải cải thiện.

3.2 Quy trình đặt lịch cho thú cưng đã cải tiến

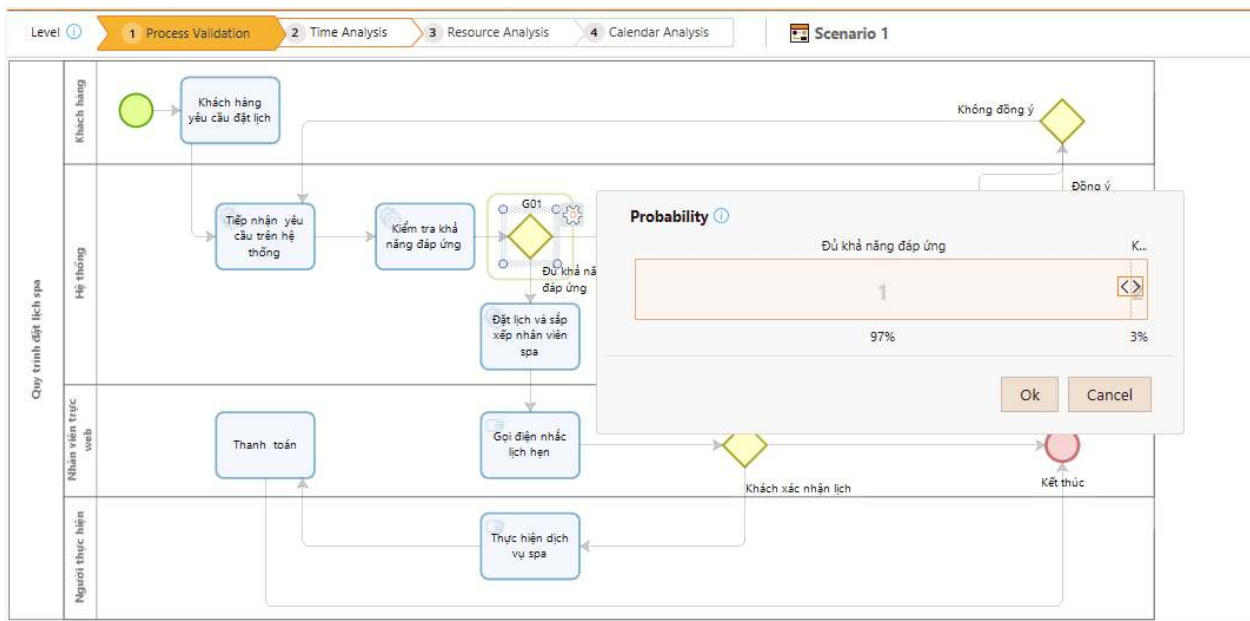
3.2.1 Cài đặt tham số Process Validation

Tham số Max Arrival Count: Tại cổng vào chọn Max Arrival Count (Số lần thực hiện quy trình tối đa) chọn bằng 105.

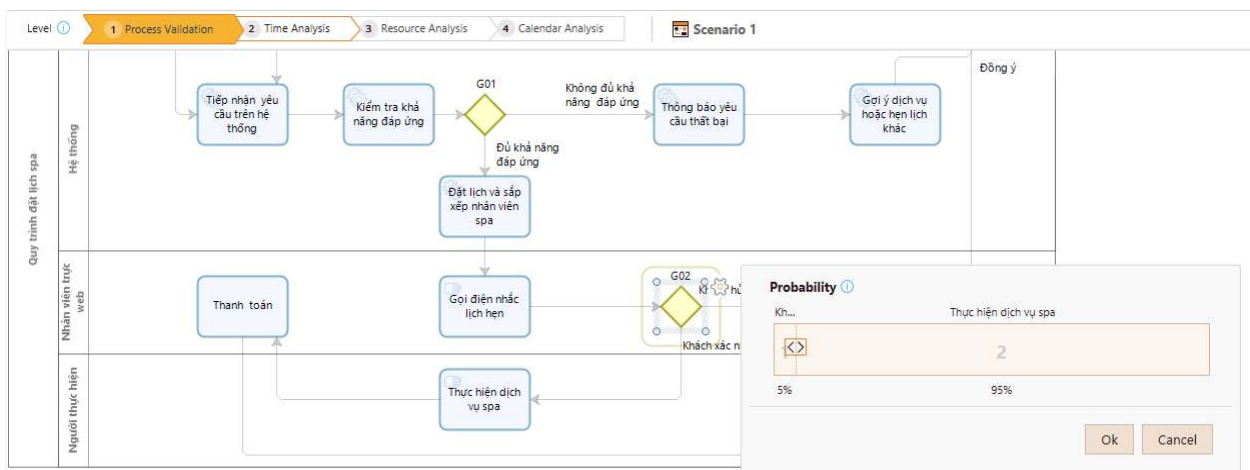


Tham số Probability: có ý nghĩa “khả năng có thể xảy ra” được dùng với Gateway khi có 2 trường hợp có thể xảy ra trong quy trình

+ G01 kiểm tra khả năng đáp ứng dịch vụ của cửa hàng với 97% là đủ khả năng, 3% là không đủ khả năng.

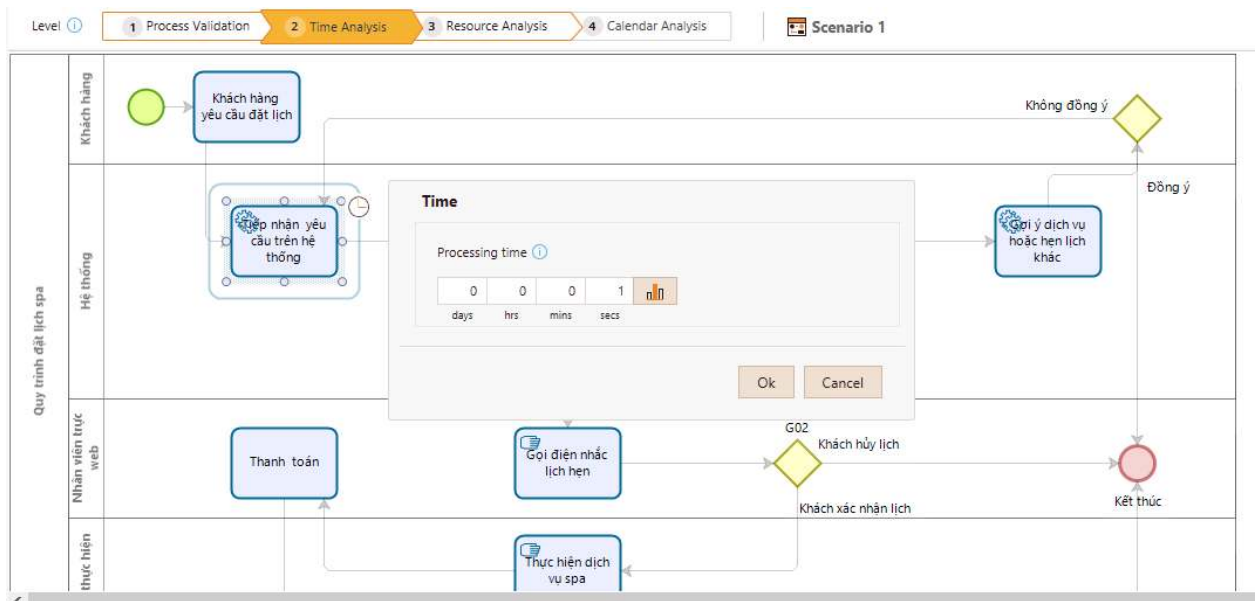


+ G02: Kiểm tra khả năng xác nhận lịch thành công với 95% là Khách thực hiện dịch vụ spa, 5% là Khách huỷ lịch thực hiện dịch vụ spa.

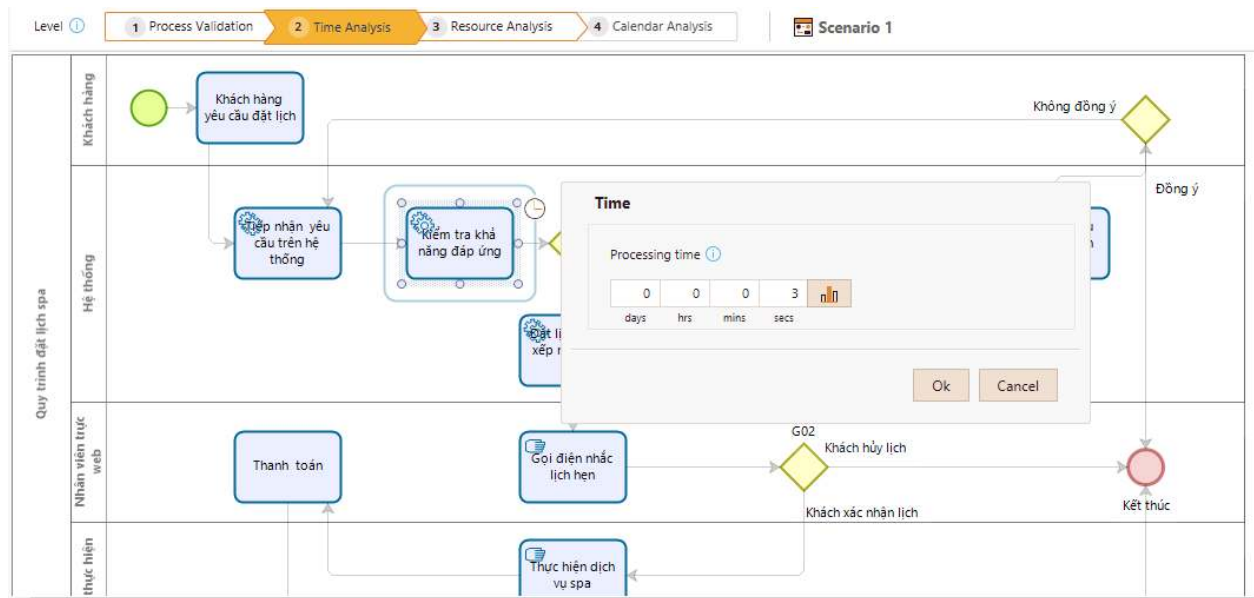


3.2.2 Cài đặt tham số Time Analysis: là thời gian tối đa cho 1 tác vụ được thực hiện

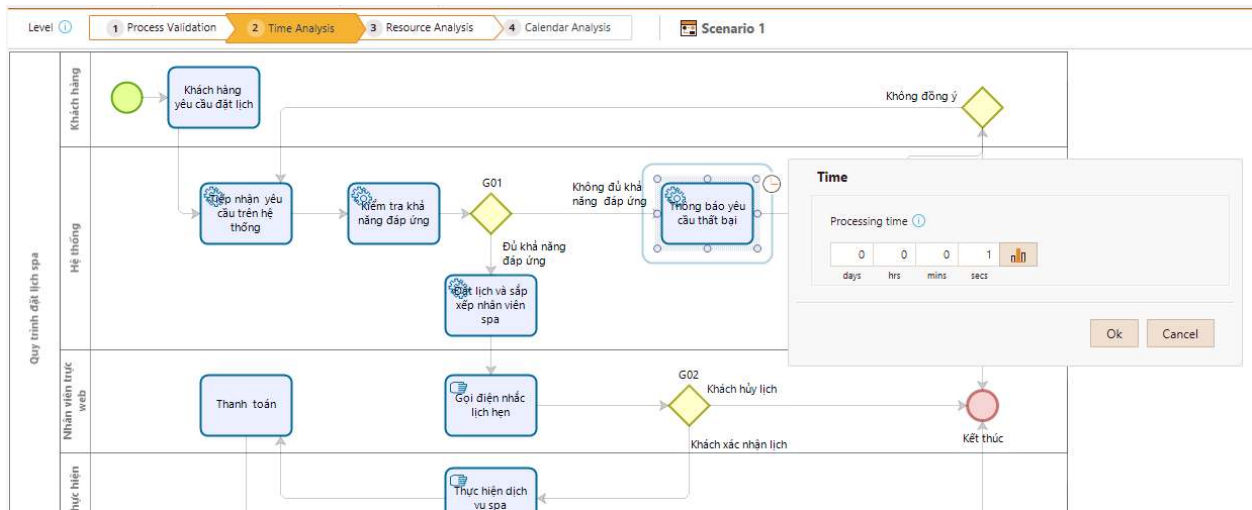
Tác vụ 1: Tiếp nhận yêu cầu trên hệ thống, thời gian tối đa để thực hiện tác vụ này là 1 giây.



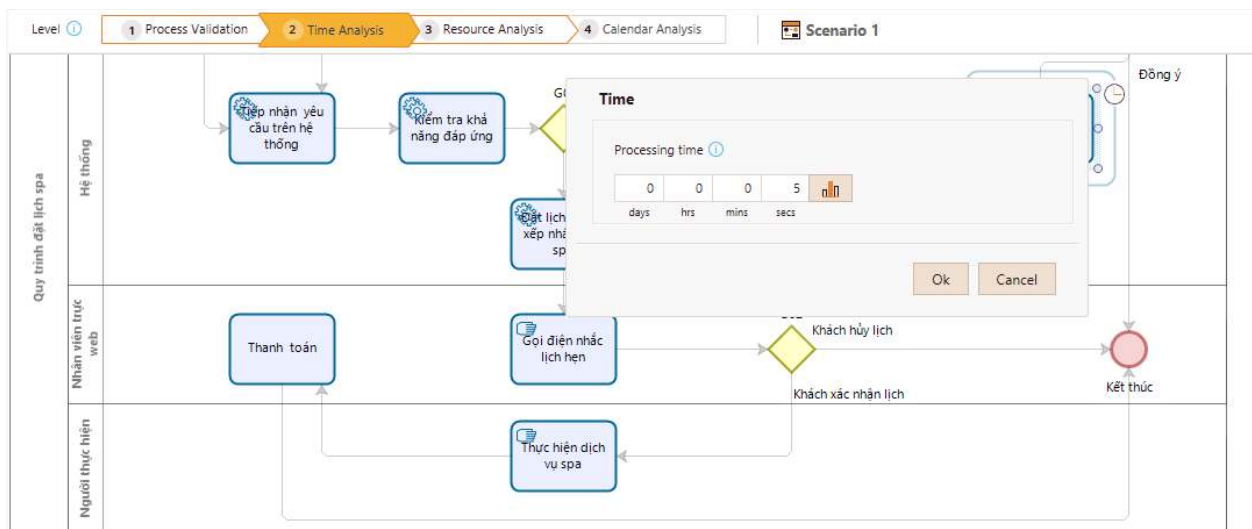
Tác vụ 2: Kiểm tra khả năng đáp ứng, thời gian tối đa thực hiện tác vụ là 3 giây.



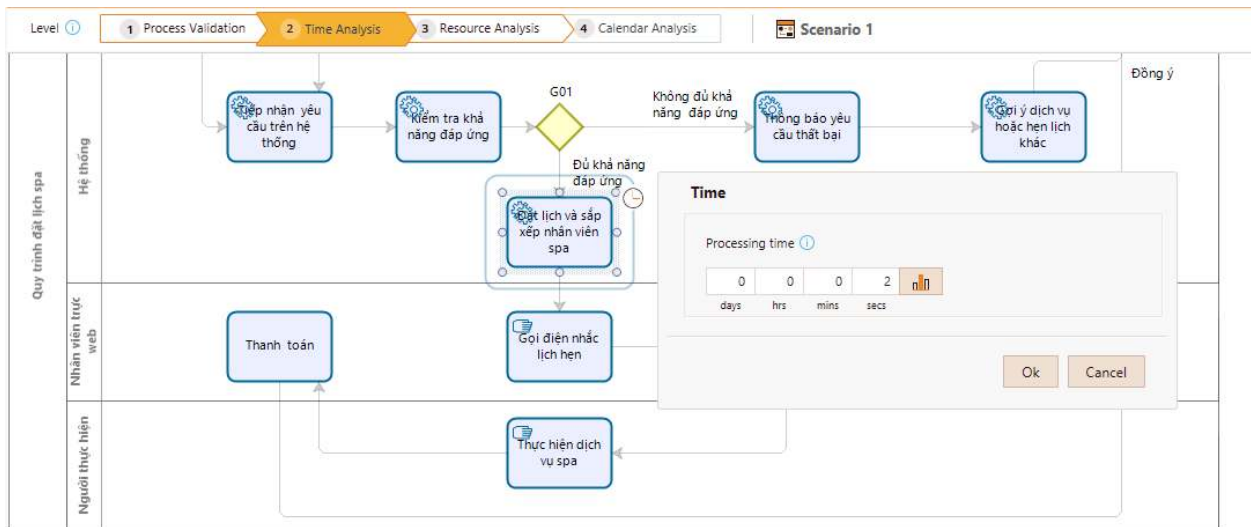
Tác vụ 3: Thông báo yêu cầu thất bại, thời gian tối đa cho tác vụ này là 1 giây.



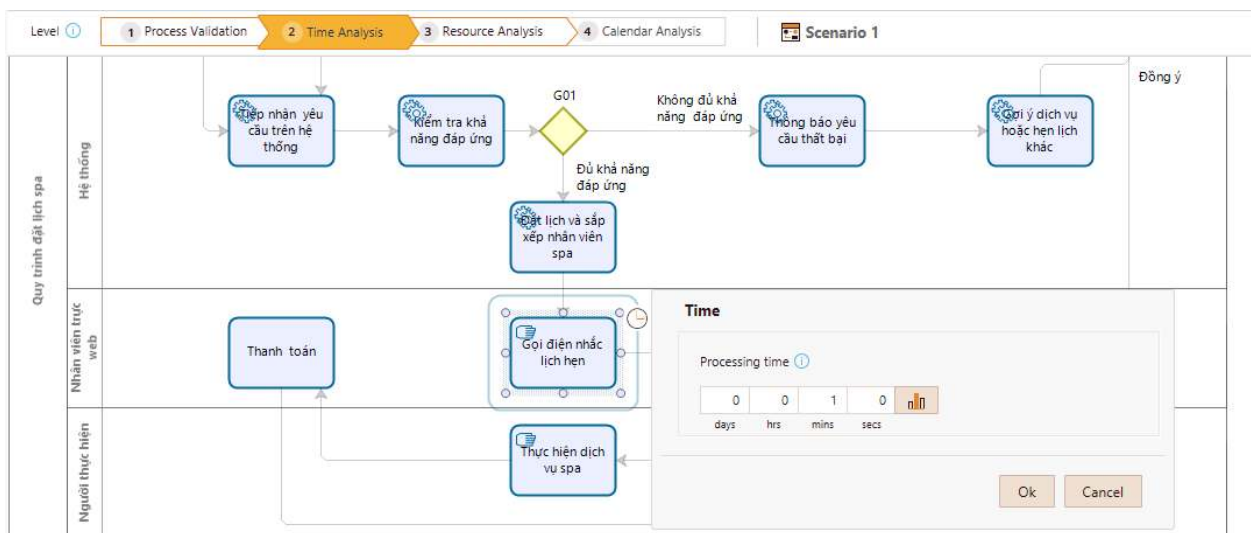
Tác vụ 4: Gợi ý dịch vụ hoặc hẹn lịch khác, thời gian tối đa cho tác vụ này là 5s



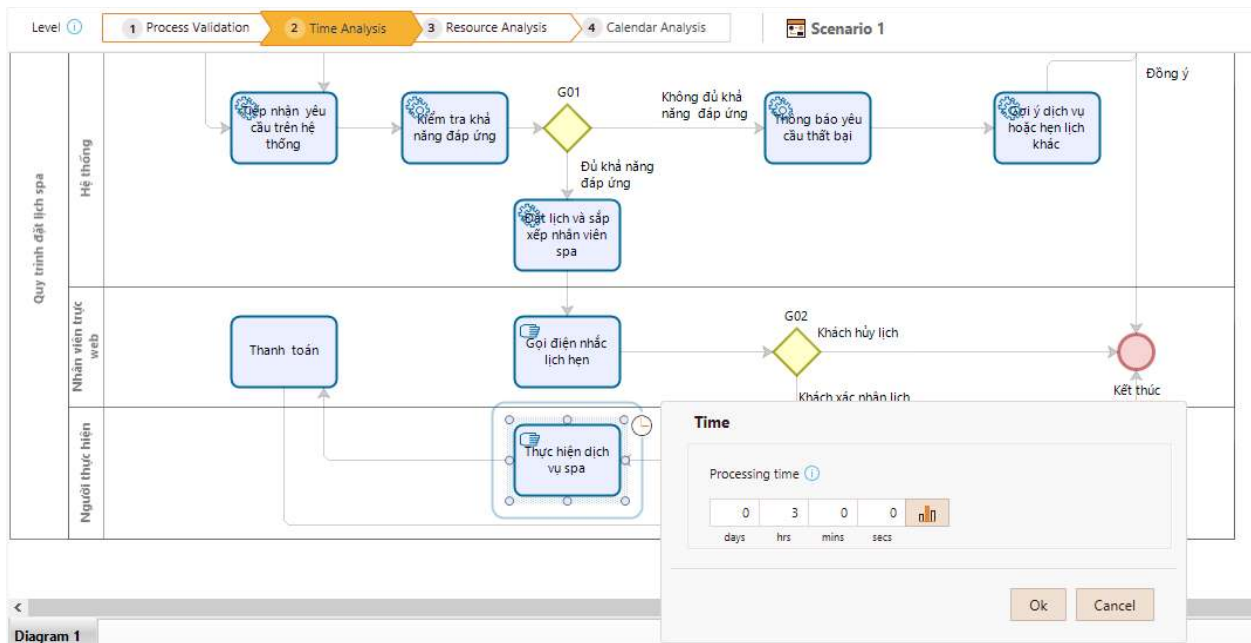
Tác vụ 5: Đặt lịch và sắp xếp nhân viên spa, thời gian tối đa cho tác vụ này là 2 giây.



Tác vụ 6: Gọi điện nhắc lịch hẹn, thời gian tối đa cho tác vụ này là 1 phút.



Tác vụ 7: Thực hiện dịch vụ spa, thời gian tối đa cho tác vụ này là 3 tiếng.

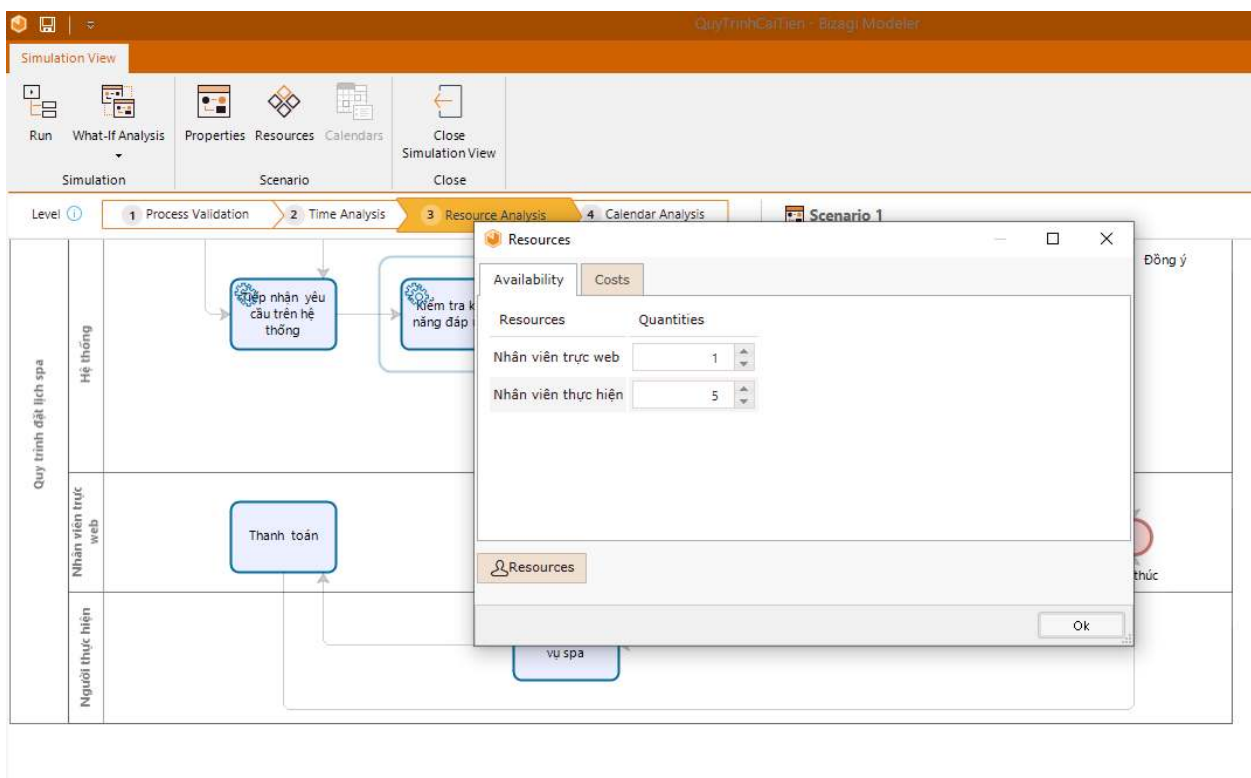


3.2.3 Cài đặt tham số Resource Analysis: là công cụ quản lý nguồn nhân lực trong thực hiện quy trình

Thêm các nguồn lực: có 2 nhân tố tham gia là nhân viên trực web, nhân viên thực hiện. Cả 2 nhân tố này đều chọn Type là Role vì đây là các nhân tố đóng vai trò cụ thể trong 1 quy trình của cửa hàng.

Chọn số lượng nhân viên tối đa của các vị trí trong thẻ Availability, mục Quantities với:

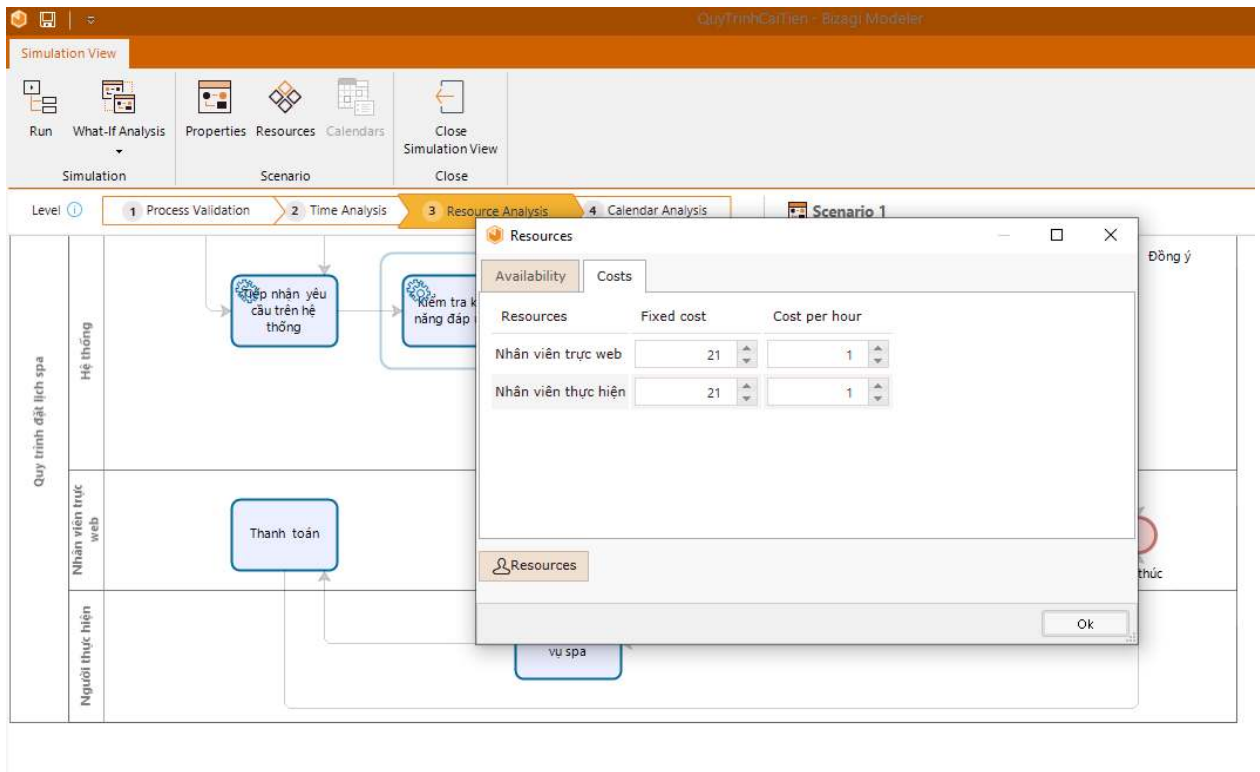
- + Số nhân viên trực web tối đa là: 1
- + Số nhân viên thực hiện tối đa là: 5



Chọn chi phí cố định của các vị trí trong mục Fixed Cost

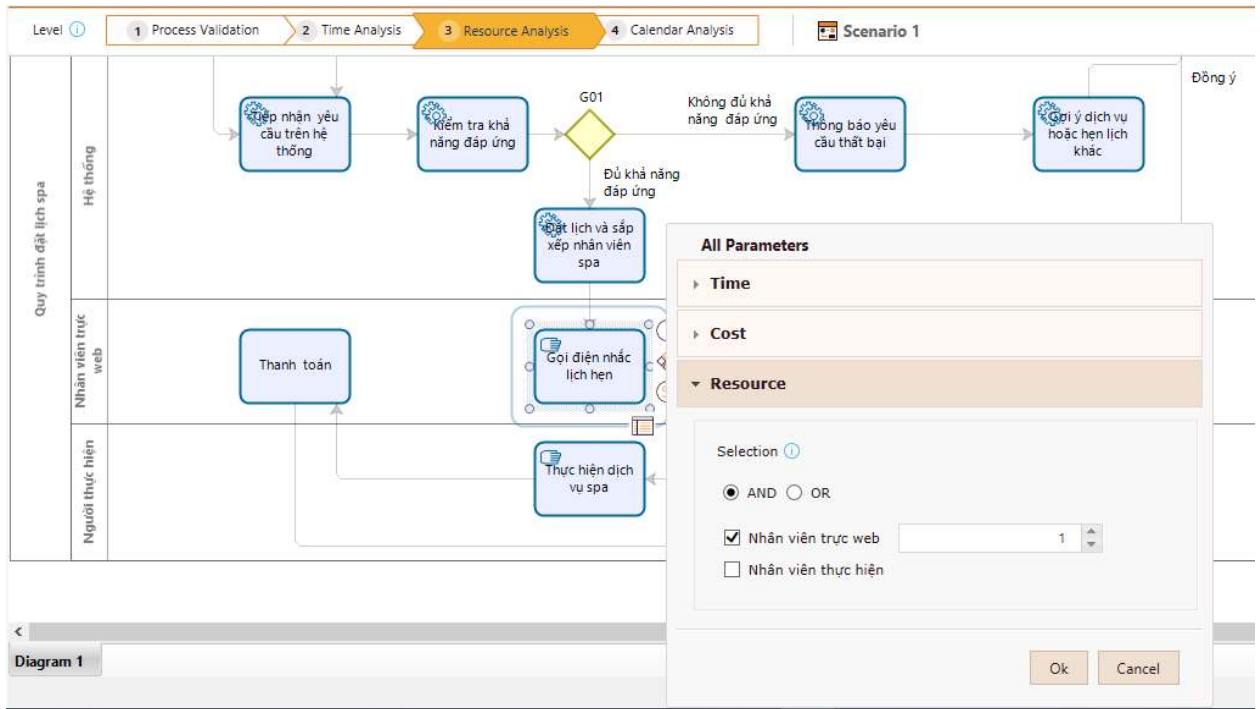
+ Nhân viên trực web là: 21\$

+ Nhân viên thực hiện là: 21\$

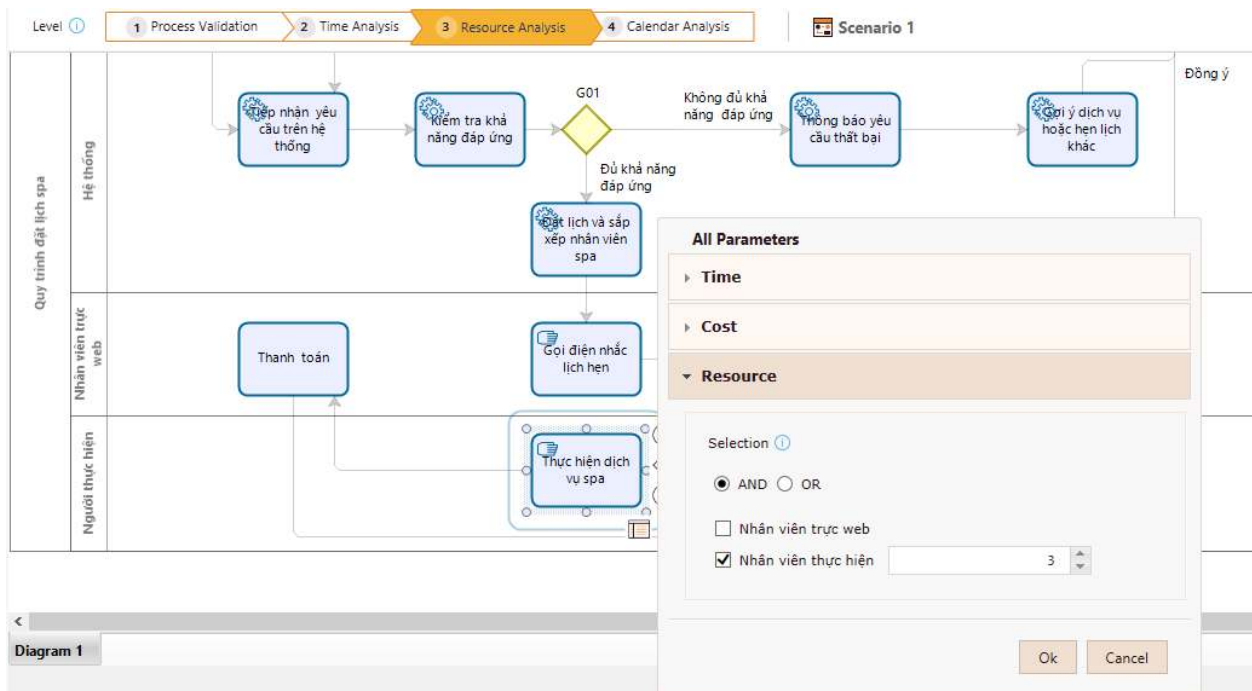


Chọn nhân lực thực hiện từng tác vụ và số nhân lực cần để thực hiện tác vụ đó

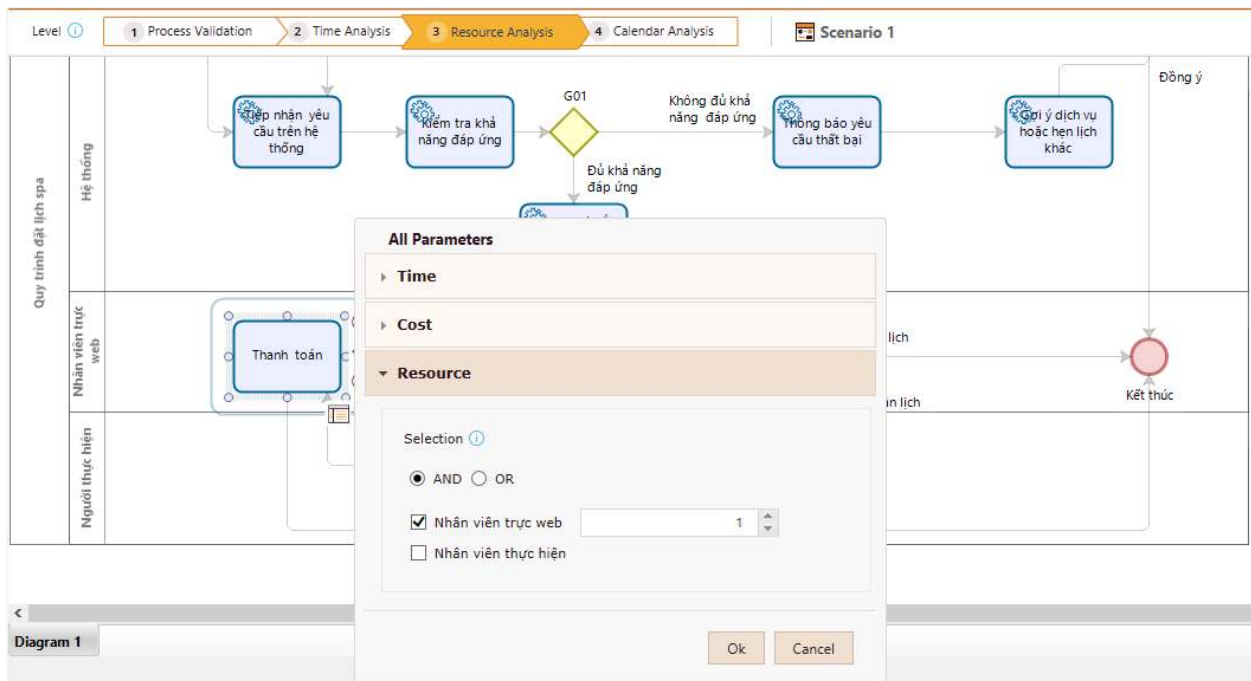
+ Resource cho tác vụ 1 “gọi điện nhắc lịch hẹn”: 1 nhân viên trực web



+ Resource cho tác vụ 2 “Thực hiện dịch vụ spa”: 3 nhân viên thực hiện



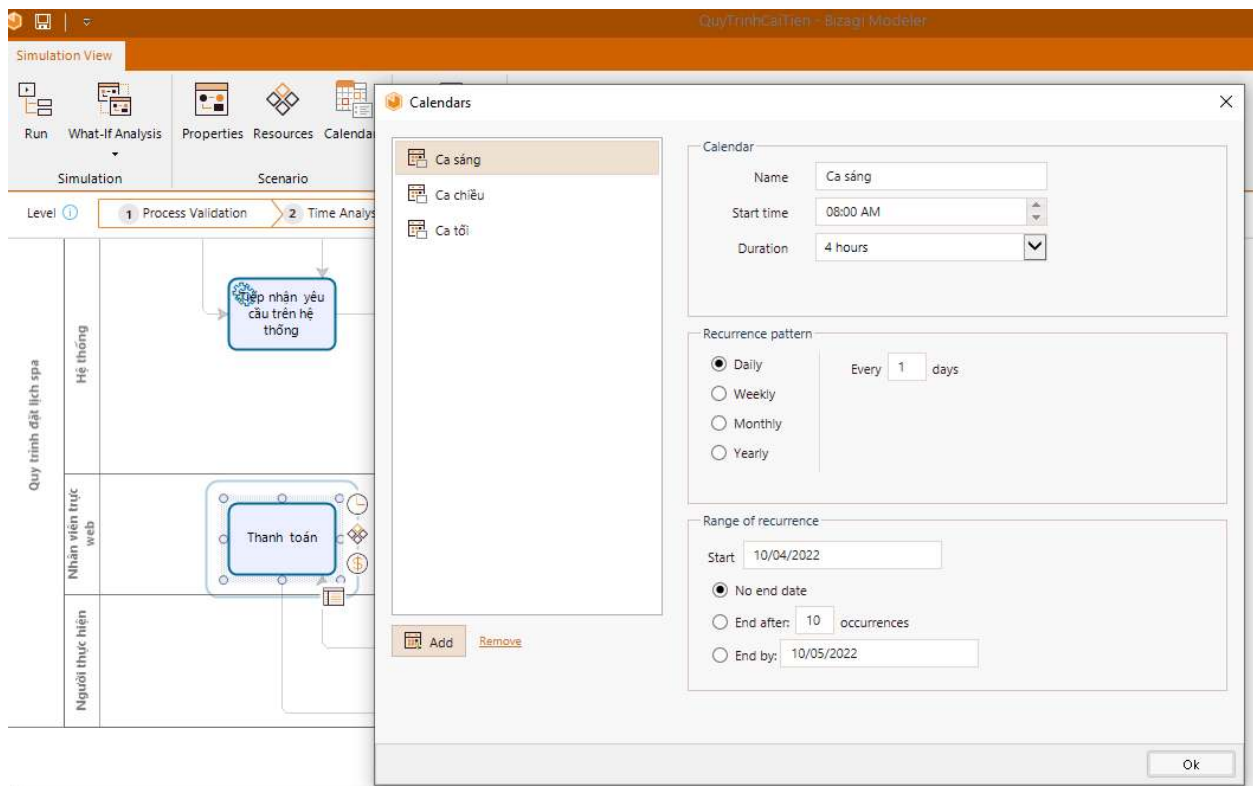
+ Resource cho tác vụ 3 “Thanh toán”: 1 nhân viên trực web



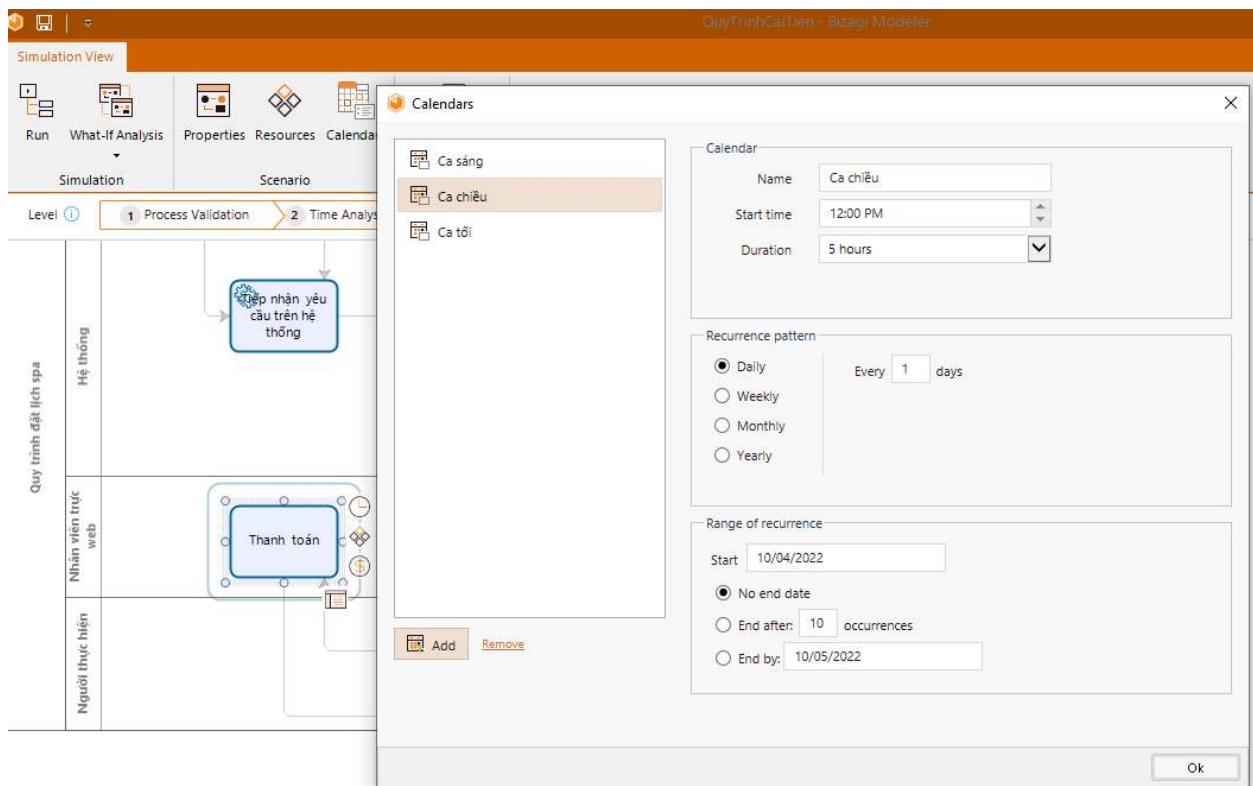
3.2.4 Cài đặt tham số Calendar Analysis

Lịch làm việc được thiết lập làm 3 ca

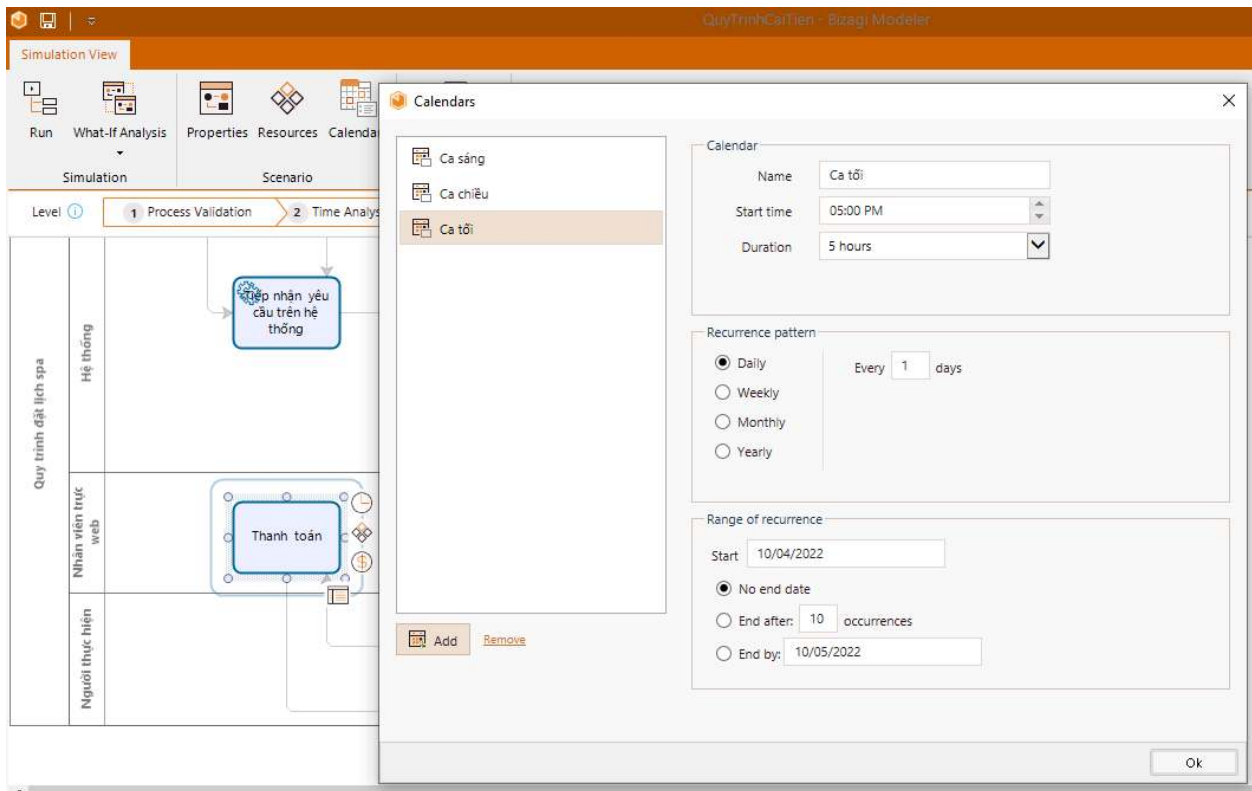
+ Ca ngày: 8h-12h



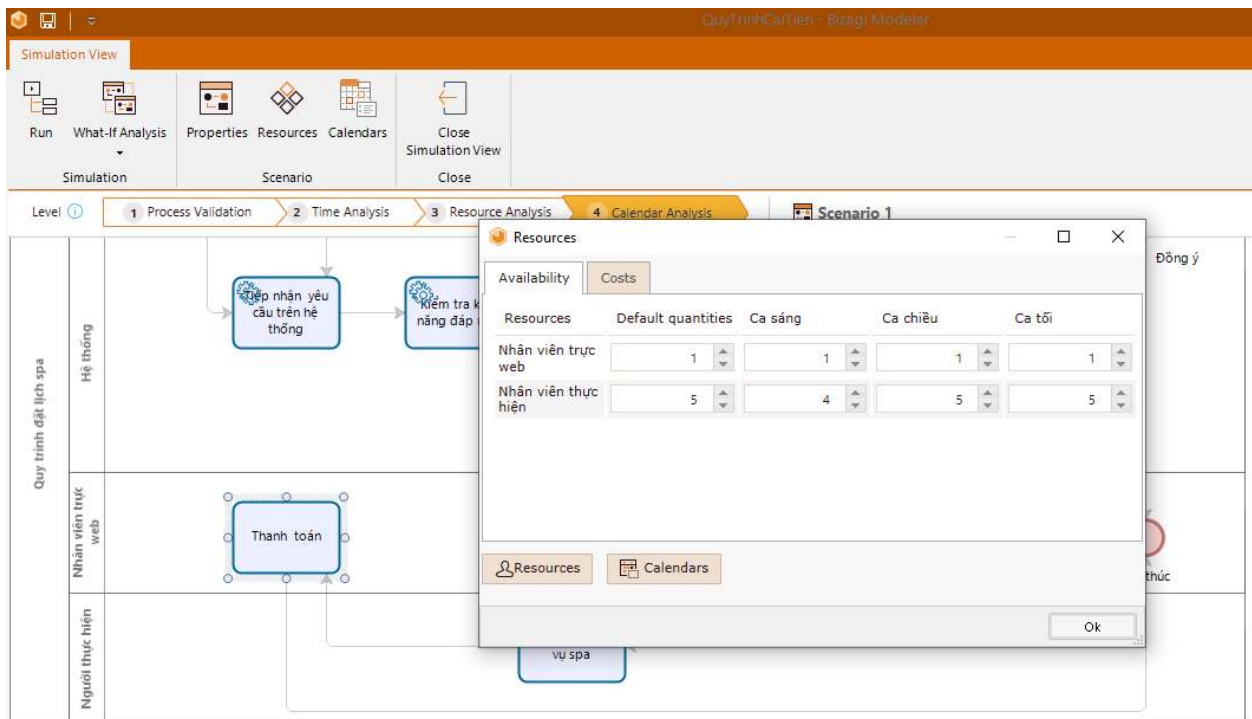
+ Ca chiều: 12h-17h



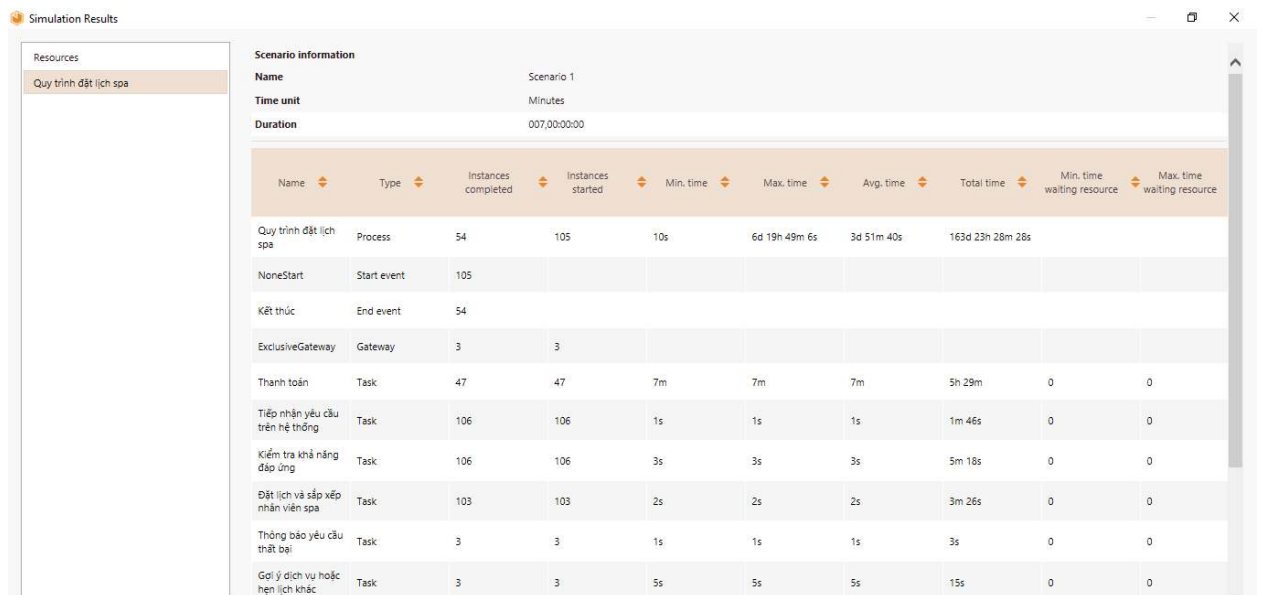
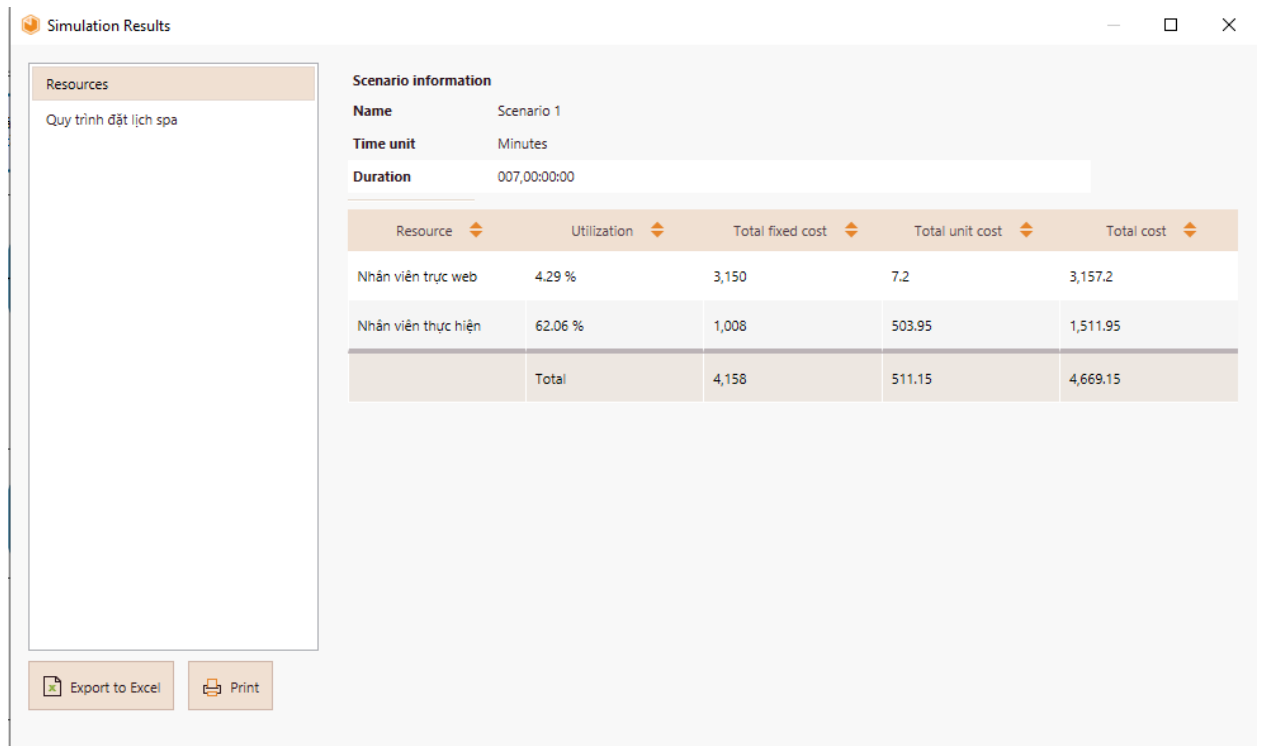
+ Ca tối: 17h-22h



Thiết lập số nhân viên làm việc tương ứng với các ca đã tạo



3.2.5 Kết quả



Gọi ý dịch vụ hoặc hẹn lịch khác	Task	3	3	5s	5s	5s	15s	0	0
G02	Gateway	103	103						
Thực hiện dịch vụ spa	Task	47	48	3h 30m	6d 19h 41m	3d 11h 34m 33s	163d 16h 4m	0	6d 19h 40m
G01	Gateway	106	106						
Gọi điện nhắc lịch hẹn	Task	103	103	1m	1m 10s	1m	1h 44m 40s	0	10s
Khách hàng yêu cầu đặt lịch	Task	105	105	0	0	0	0	0	0

Giải thích:

- + Tại thẻ Resource: Cột Utilization là tỷ lệ sử dụng tài nguyên, là tỷ lệ phần trăm thời gian mà tài nguyên bận rộn đối với tổng thời gian có sẵn. Ở đây nhân viên trực web chỉ làm nhiệm vụ thanh toán và gọi điện nhắc lịch hẹn và tốn ít thời gian hơn nhân viên thực hiện.
- + Trước khi được cải thiện, việc đặt lịch được thực hiện tốn quá nhiều thời gian. Vậy nên quy trình đã được cải thiện và có hiệu quả cao hơn.

4. Kết luận

Quy trình cũ: Hiệu suất của nhân viên cao hơn nhưng hiệu quả thấp

- Số lượng nhân viên thực hiện dịch vụ ít (3 người) nhưng phải thực hiện nhiều dịch vụ trong tuần.
- Nhân viên trực page nhiều để có thể tiếp nhận nhiều cuộc điện thoại, trả lời tin nhắn đặt lịch của khách hàng

→ Dẫn đến hiệu suất của các nhân viên cao. Tuy nhiên không hiệu quả do quy trình xử lý thủ công còn chậm chạp.

Quy trình mới: Hiệu suất của nhân viên thấp hơn nhưng hiệu quả cao

- Số lượng nhân viên trực page thấp (1 người) nhưng xử lý hiệu quả các giao dịch do có sự hỗ trợ tự động của hệ thống đặt lịch spa tự động.

- Đòi lại số lượng nhân viên thực hiện dịch vụ nhiều hơn.

→ Dẫn đến dù hiệu suất thấp hơn nhưng hiệu quả hơn rất nhiều. Xử lý được nhiều đơn hàng hơn trong ngày

VI. HỆ THỐNG THÔNG TIN ĐƯỢC SỬ DỤNG TRONG QUY TRÌNH ĐẶT LỊCH CỦA PET MART

1. Những hệ thống thông tin được sử dụng trong việc cải tiến quy trình của Pet Mart

1.1. Tổng quát về ERP

ERP là một hệ thống thông tin có khả năng tích hợp dữ liệu từ các quy trình kinh doanh trong toàn công ty thành một hệ thống hoàn chỉnh hỗ trợ nhu cầu vận hành và ra quyết định theo thời gian thực. ERP quản lý được các quy trình kinh doanh, lấy quy trình làm trung tâm giúp thông tin rõ ràng, minh bạch và có cái nhìn đầy đủ, logic, chính xác

Một số đặc biệt mà Hệ thống ERP có thể giúp cho doanh nghiệp:

- Kiểm soát thông tin khách hàng
- Tăng tốc quá trình sản xuất, cung cấp hàng hóa, dịch vụ
- Kiểm tra chất lượng, quản lý dự án
- Kiểm soát thông tin tài chính
- Kiểm soát lượng tồn kho
- Chuẩn hóa hoạt động về nhân sự

1.2. Tình hình doanh nghiệp trước khi sử dụng ERP

Quy trình đặt lịch đặt lịch spa cho thú cưng hiện tại của Pet Mart hiện tại còn rất thủ công, kém hiệu quả: Đặt lịch bằng cách gọi điện thoại đến tổng đài hoặc nhắn tin cho fanpage rồi chờ nhân viên trực page trả lời.

Quy trình không rõ ràng, thủ công do người trực page thực hiện. Phải tiêu tốn nhiều tiền để thuê nhiều nhân viên trực page và phải dành ít tiền hơn để thuê nhân viên thực hiện dịch vụ (cắt tỉa lông, tắm rửa...)

Do vậy, nhóm em cải tiến quy trình đặt lịch spa thú cưng và sử dụng hệ thống thông tin ... cải tiến quy trình của Pet Mart nhằm tự động hóa quy trình và tiết kiệm tài nguyên của công ty.

1.3. Lợi ích đối với Pet Mart

1.3.1. Quản lý quan hệ khách hàng

Trong kỷ nguyên 4.0 hiện nay, khách hàng không chỉ là thượng đế mà còn là nguồn tài sản vô hình, là yếu tố cạnh tranh của doanh nghiệp. Khách hàng là người sẽ đem đến lợi nhuận cho doanh nghiệp, bởi vậy mà các hoạt động chăm sóc khách hàng cần phải được coi trọng, sao cho khiến họ tiếp tục sử dụng dịch vụ của mình đồng thời trở thành đối tác lâu dài giúp quảng bá thương hiệu rộng rãi hơn.

ERP sẽ giúp cho Pet Mart thực hiện tốt nhất nhiệm vụ này bằng cách lưu trữ thông tin khách hàng như: Họ tên, số điện thoại, địa chỉ, sử dụng những dịch vụ gì, đang gặp những vướng mắc gì,... để có thể chăm sóc và phục vụ khách hàng một cách tối ưu nhất, chiếm được cảm tình trong lòng khách hàng. Giúp doanh nghiệp giải bài toán quản lý các tương tác với khách hàng của mình nhằm cải thiện mối quan hệ kinh doanh, giữ chân khách hàng và thúc đẩy tăng trưởng doanh số.

Trên phần mềm ERP doanh nghiệp có thể lưu trữ, phân tích và báo cáo toàn bộ thông tin khách hàng, lịch sử tương tác, lịch sử giao dịch giúp doanh nghiệp quản lý toàn diện thông tin khách hàng, thấu hiểu khách hàng từ đó giúp doanh nghiệp chăm sóc khách hàng tốt hơn và gia tăng sự hài lòng của khách hàng.

Ngoài ra dữ liệu khách hàng lưu trữ trên phần mềm ERP còn đáp ứng tính bảo mật cao hạn chế tình trạng thất thoát dữ liệu khách hàng.

1.3.2. Quản trị nguồn nhân lực

Để quản lý nhân sự không phải là điều dễ dàng, nhất là với những công ty có nhiều chi nhánh, nhân sự lên đến hàng nghìn người như Pet Mart. Việc theo dõi sát sao từng nhân sự như: giờ làm việc, khối lượng công việc, mức độ hoàn thành công việc, ... là điều bất khả thi.

Nhưng với phần mềm quản lý ERP, công tác quản lý này sẽ trở nên đơn giản và nhẹ nhàng hơn rất nhiều. Người quản lý hoàn toàn có thể nắm được khung giờ làm việc, khối lượng và chất lượng công việc của nhân viên để có thể đưa ra mức lương và chính sách đãi ngộ sao cho phù hợp nhất.

1.4. Nâng cao năng suất làm việc

Công việc của Pet Mart tập trung vào các dịch vụ spa cho thú cưng nên lượng công việc tuy không nhiều nhưng thời gian thực hiện 1 quy trình chăm sóc khá tốn thời gian. Nên phần mềm quản lý doanh nghiệp ERP sẽ là một công cụ tự động hóa một phần, hỗ trợ cho quy trình đặt lịch hẹn. Từ việc sắp xếp lịch hẹn, phân công nhân sự đến việc gợi ý những dịch vụ khác cho khách hàng sẽ được tự động hóa.

Sử dụng hệ thống máy tính duy nhất nên doanh nghiệp hoàn toàn có thể tiết kiệm được khối lượng thời gian, giảm chi phí, tăng năng suất và giảm lượng nhân sự cần thiết trong công ty.

VII. SILO THÔNG TIN

1 Khái niệm

Silo thông tin là một hệ thống quản lý thông tin không thể tự do giao tiếp với các hệ thống quản lý thông tin khác. Giao tiếp trong silo thông tin luôn theo chiều dọc, khiến hệ thống khó hay không thể làm việc với các hệ thống không liên quan.

2 Thực trạng về thông tin silo trong Pet Mart

2.1. Trong quy trình chưa cải tiến của Pet Mart

Silo tồn tại giữa hệ thống của bộ phận chăm sóc khách hàng (nhân viên trực web) và hệ thống của bộ phận thu ngân.

Ví dụ: Nhân viên trực web tiếp nhận đặt lịch của khách hàng qua điện thoại hoặc tin nhắn vào ngày hôm sau. Tuy nhiên, khách đột nhiên mang thú cưng đến vào luôn ngày hôm đó. Khi đó, nhân viên thu ngân tiếp nhận đơn chăm sóc thú cưng nhưng nhân viên trực web không cập nhập được thông tin đó.

→ Nhân viên trực web sẽ gọi điện thông báo cho khách hàng lần nữa vào ngày hôm sau.

Phương án hạn chế: Nhân viên thu ngân sau khi thanh toán thành công cho khách hàng thì liên hệ với nhân viên trực web để cập nhật thông tin và huỷ lịch hẹn của khách đã đặt và không gọi điện thông báo cho khách vào ngày hôm sau

Silo tồn tại giữa hệ thống của bộ phận chăm sóc khách hàng (nhân viên trực web) và bộ phận nhân viên thực hiện.

Ví dụ: Nhân viên trực web tiếp nhận lịch đặt chăm sóc thú cưng, tuy nhiên không nắm được lịch làm việc của nhân viên thực hiện. Do vậy dễ bị xếp nhiều lịch chăm sóc thú cưng vào ngày không có nhân viên thực hiện tại cửa hàng.

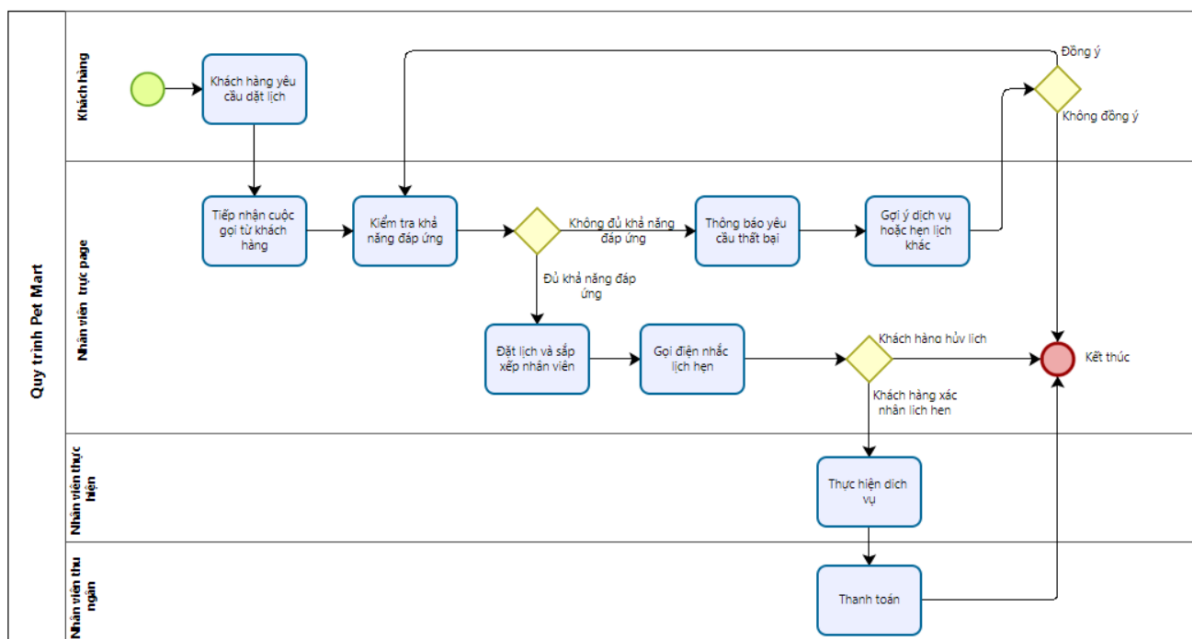
Phương án hạn chế : Khi khách hàng nhắn tin nhờ page tư vấn dịch vụ và đặt lịch thực hiện, nhân viên trực page phải mất thời gian kiểm tra xem có lịch trống của nhân viên nào không bằng cách “hỏi chay” hoặc check lại lịch làm việc.

2.2. Trong quy trình hệ thống ERP đã cải tiến của nhóm thực hiện

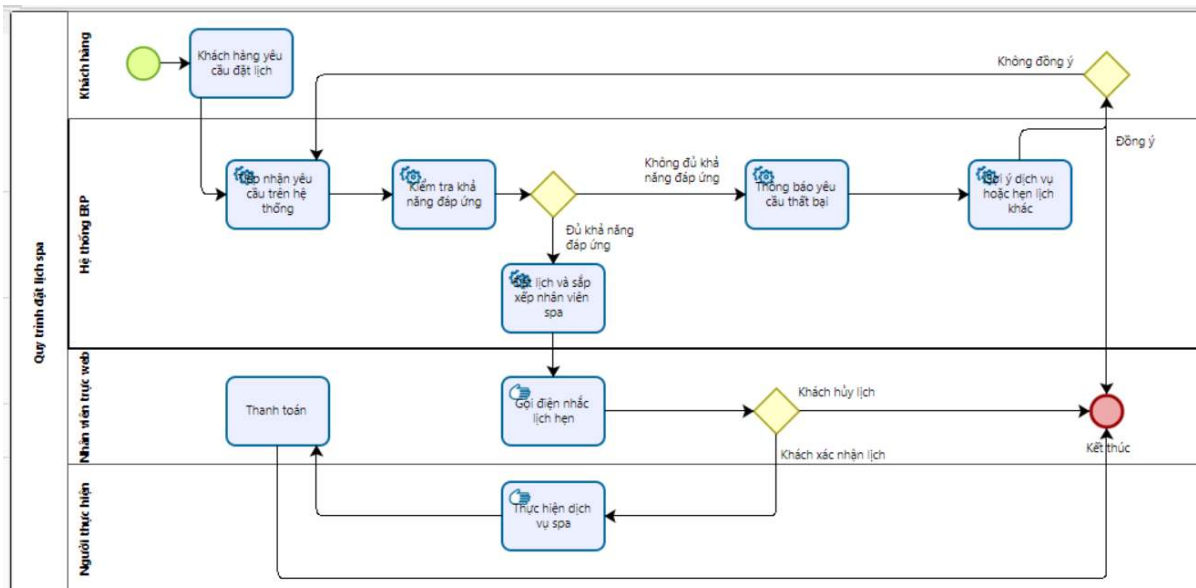
Silo đã được giải quyết do bộ phận chăm sóc khách hàng và bộ phận hệ thống thu ngân được hợp nhất với nhau và cùng dùng chung 1 hệ thống thông tin; Lịch làm việc của nhân viên thực hiện cũng được cập nhập trên hệ thống.

→ Không xảy ra silo thông tin.

Mô hình bizagi khi chưa sử dụng hệ thống dùng chung:

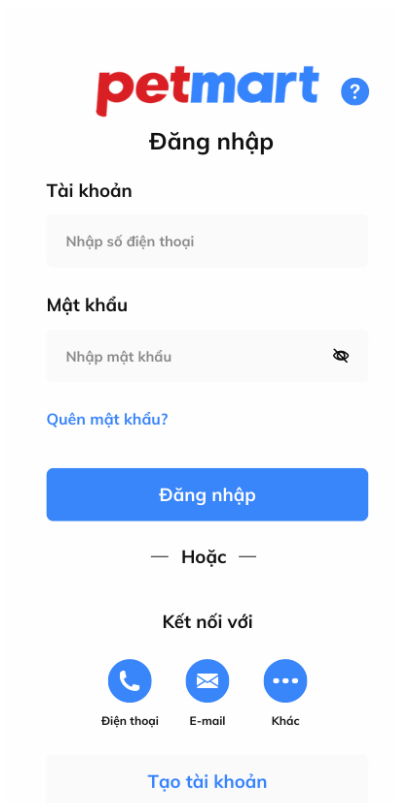


Mô hình bizagi khi sử dụng hệ thống dùng chung:




VIII. MÔ PHỎNG GIAO DIỆN ĐẶT LỊCH CHO THÚ CỪNG

Bước 1: Đăng nhập/đăng ký vào hệ thống



The screenshot displays the Petmart mobile application's login and registration screen. At the top, the Petmart logo is shown in red and blue, followed by a question mark icon. Below the logo, the text "Đăng nhập" (Login) is centered. Underneath, the section "Tài khoản" (Account) is displayed, featuring a text input field labeled "Nhập số điện thoại" (Enter phone number). Below this, the "Mật khẩu" (Password) section includes a text input field labeled "Nhập mật khẩu" (Enter password) with a toggle icon for visibility. A link "Quên mật khẩu?" (Forgot password?) is positioned below the password field. A large blue button labeled "Đăng nhập" (Login) is centered below the input fields. Below the button, the text "— Hoặc —" (Or) is displayed. The "Kết nối với" (Connect with) section follows, showing three circular icons: a phone icon labeled "Điện thoại" (Phone), an email icon labeled "E-mail", and a three-dot icon labeled "Khác" (Other). At the bottom, a light gray button labeled "Tạo tài khoản" (Create account) is visible.

Bước 2: Sau khi đăng ký, khách hàng nhập đầy thông tin khách hàng



CỬA HÀNG THÚ CƯNG

petmart

NHẬP THÔNG TIN KHÁCH HÀNG

Họ và tên (chủ) :

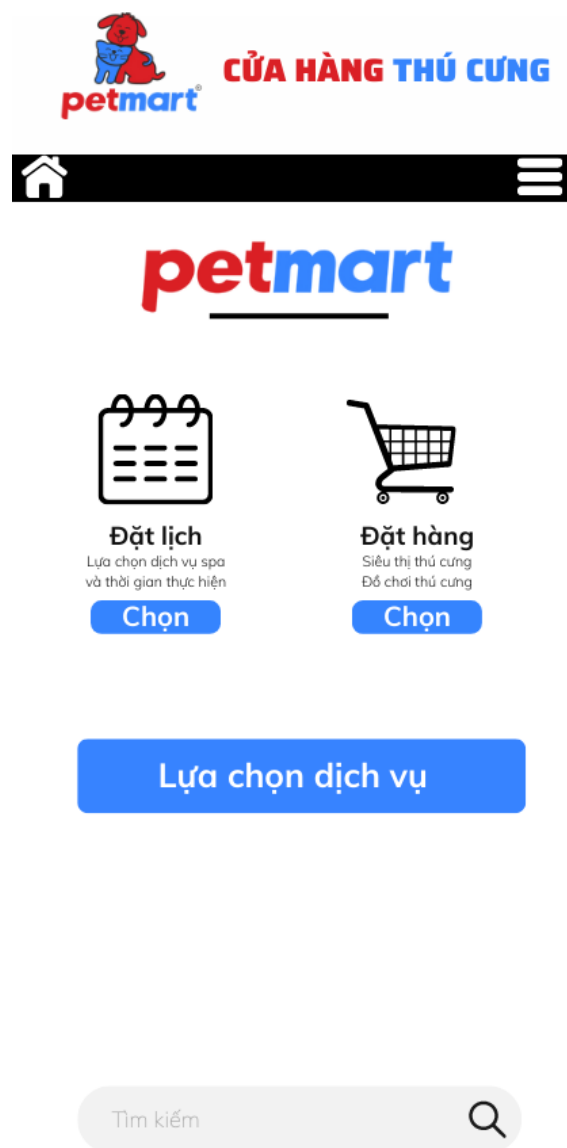
Số điện thoại :

Địa chỉ :

Email :

Tiếp →

Bước 3: Lựa chọn dịch vụ đặt lịch cho thú





CỬA HÀNG THÚ CƯNG



petmart



Đặt lịch

Lựa chọn dịch vụ spa
và thời gian thực hiện

Chọn



Đặt hàng

Siêu thị thú cưng
Đồ chơi thú cưng

Chọn

Lựa chọn dịch vụ

Tìm kiếm



Bước 4: Nhập thông tin đặt lịch cho thú cưng



CỬA HÀNG THÚ CƯNG

petmart

NHẬP THÔNG TIN THÚ CƯNG

Tên thú cưng :

Loại thú cưng :

Cân nặng :

Tiếp →

Bước 5: Lựa chọn dịch vụ và thời gian đặt lịch spa cho thú cưng

The image shows a mobile application interface for Petmart. At the top, there is a logo with a red dog and blue cat, and the text "petmart" and "CỬA HÀNG THÚ CƯNG". Below the logo is a navigation bar with a home icon and a menu icon. The main content area has a blue diagonal background on the left. The "petmart" logo is prominently displayed. Below it, there are two main selection sections. The first section, titled "Lựa chọn dịch vụ", has a red header and a dropdown arrow. It contains two buttons: "Tắm cho thú cưng" and "Cắt tỉa lông thú cưng". The second section, titled "Lựa chọn thời gian", also has a red header and a dropdown arrow. It contains four columns: "NGÀY", "THÁNG", "NĂM", and "THỜI GIAN". The "NGÀY" column shows 1, 2, 3. The "THÁNG" column shows 1, 2, 3. The "NĂM" column shows 2022 and 2023. The "THỜI GIAN" column shows 11:00, 12:01, and 13:02. Below these sections is a "Tiếp" button with a right arrow. At the bottom, there is a search bar with the text "Tìm kiếm" and a magnifying glass icon.

petmart CỬA HÀNG THÚ CƯNG

petmart

Lựa chọn dịch vụ

Tắm cho thú cưng

Cắt tỉa lông thú cưng

Lựa chọn thời gian

NGÀY THÁNG NĂM THỜI GIAN

1 1 2022 11:00

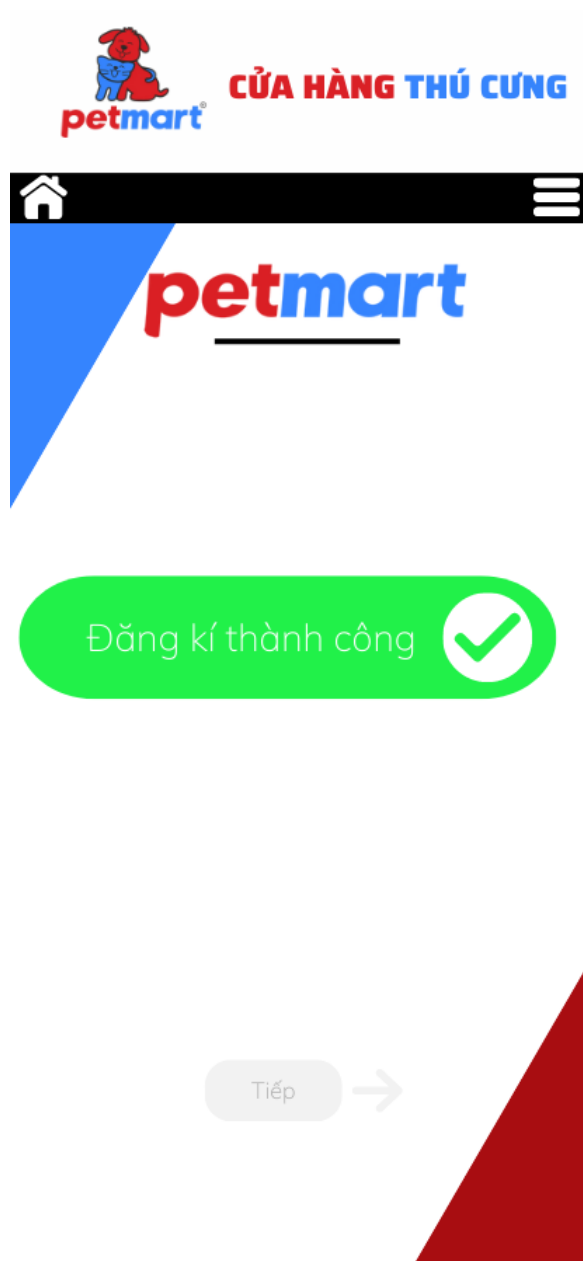
2 2 2023 12:01

3 3 13:02

Tiếp →

Tìm kiếm

Bước 6: Xác nhận đăng ký thành công



Bước 7: Lựa chọn phương thức thanh toán



Bước 8: Xác nhận thanh phương thức thanh toán/thanh toán thành công. Thú cưng của khách hàng đã được giữ chỗ



KẾT LUẬN

Công ty TNHH Pet Mart Việt Nam đã có hơn 10 năm hoạt động trong ngành công nghiệp thú cưng. Trong một thời gian dài như vậy, công ty chắc hẳn đã từng gặp những khó khăn và phải cạnh tranh trên thị trường khốc liệt để có được thành công như hiện tại. Chính vì thế, trong quá trình phát triển, công ty sẽ luôn phải có những thay đổi để thích ứng với thực tiễn và theo kịp thời đại.

Ngày nay, với sự phát triển của công nghệ thì việc kinh doanh đã trở nên hiệu quả và dễ quản lý hơn. Các hệ thống thông tin, đặc biệt việc cải tiến quy trình sẽ góp phần không nhỏ vào việc thực thi chiến lược cạnh tranh.

Nói tóm lại, khi việc cải tiến quy trình được thực thi sẽ giúp hoạt động kinh doanh của công ty đạt hiệu quả cao hơn, thông tin được đồng nhất, dữ liệu nhất quán trên toàn hệ thống, có thể giảm thời gian và chi phí của quá trình kinh doanh. Hệ thống sẽ giúp quản lý công ty một cách dễ dàng và hợp lý hơn.

Hy vọng công ty sẽ ngày càng phát triển và đem đến cho người tiêu dùng những trải nghiệm tốt nhất.

DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Trang web của Pet Mart: <https://www.petmart.vn/>
2. Trang Facebook của Pet Mart: <https://www.facebook.com/petmartvietnam>
3. Tham khảo đơn ứng tuyển của Pet Mart: <https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSdBNUgS82ly8duF1w98ZN1WFvsSAxLaNroyYHgQGzhY0QcSNg/viewform>