1. Kinh phí cho đội ngũ NVTT đã bổ sung ở phần kinh phí đầu tư (Phúc đã cập nhật xong).
2. **Nhiệm vụ của đội ngũ Nhân viên Thị trường:**

**+ Nhiệm vụ của QLV và GSBH:**

- Quản lý NVBH tại địa bàn phụ trách.

- Huấn luyện nghiệp vụ chuyên môn NVBH.

- Đi thực tế với NVBH: hướng dẫn NVBH mới, mở tuyến bán hàng,

- Truyền thông và theo dõi việc thực hiện chính sách, chương trình đầu tư của Nhà máy.

- Thu thập thông tin đối thủ cạnh tranh.

- Chăm sóc khách hàng và thu thập và phản ánh thông tin từ C1.

- Động viên các DN C1 thực hiện SLTT BQ tháng (đã đăng ký từ đầu năm).

**+ Nhiệm vụ của NVBH:**

- Thực hiện theo các nhiệm vụ chi tiết trong mục tiêu cụ thể KPI’s hàng tháng:

* Bán sản phẩm mới.
* Bán sản phẩm truyền thống.
* Mở điểm bán mới.

- Hỗ trợ ghi toa, thu đổi vỏ bao và giao hàng trên tuyến bán hàng.

- Thực hiện bán và quảng bá sản phẩm mới (Sampling & commando) tại các thị trường mới.

**Từ tháng 5/2017 có sự thay đổi nhiệm vụ và cách tính lượng KPI’s:**

- NVBH ngoài bán sản phẩm mới còn bán các sản phẩm truyền thống.

- Thay đổi cơ cấu tiền lương KPI’s: tăng lượng KPI’s (từ 1.000.000 lên 2.940.000), giảm lương thực lãnh (từ 7.000.000 xuống 5.040.000).

- Số lượng NVBH **tăng 41 người** so với đầu năm (48 người). Tổng số NVBH hiện tại là 91 người.

1. **Quảng bá sản phẩm và thương hiệu Khánh Hội:**

* Thực hiện 21 đợt bán và quảng bá sản phẩm mới (Sampling & commando) tại 15 thị trường: Huế, Bình Phước, Bình Dương, Vũng Tàu, TP. HCM, Long An, Tiền Giang, Bến Tre, Vĩnh Long, Đồng Tháp, Trà Vinh, Sóc Trăng, Kiên Giang, Bạc Liêu, Cà Mau.
* Tổng kinh phí thực hiện là 170 triệu đồng (bao gồm thuốc mời và chi phí lương cho đội ngũ nhân viên thị trường).

**Hiệu quả mang lại từ các chương trình này:**

* Tiếp cận trực tiếp đến người hút, quảng bá được sản phẩm mới đến khách hàng ở 15 thị trường.
* Tạo sự chú ý của khách hàng đối với sản phẩm khi bán hàng tập trung.
* Sản phẩm mới tiêu thụ thêm tại 1.240 điểm mở mới (các điểm bán này chưa bán các sản phẩm Khánh Hội từ trước).