**HỌC VIỆN NGÂN HÀNG**

**KHOA LUẬT**



**BÀI TẬP LỚN**

**HỌC PHẦN: QUẢN TRỊ HỌC**

**ĐỀ TÀI:**

**Phân tích mô hình chức năng thế giới di động**

**GIÁO VIÊN HƯỚNG DẪN:**

**NHÓM THỰC HIỆN: NHÓM 8**

**LỚP**

**HÀ NỘI**

**MỤC LỤC**

1. **GIỚI THIỆU VỀ THẾ GIỚI DI ĐỘNG**
2. **Giới thiệu sơ lược**

Thegioididong.com là thương hiệu thuộc Công ty Cổ phần Thế giới di động, tên tiếng Anh là Mobile World JSC, (mã chứng khoán: MWG) là một tập đoàn bán lẻ tại Việt Nam với lĩnh vực kinh doanh chính là bán lẻ điện thoại di động, thiết bị số và điện tử tiêu dùng. Theo nghiên cứu của EMPEA, thống kê thị phần bán lẻ điện thoại di động tại Việt Nam năm 2014 thì Thế giới di động hiện chiếm 25% và là doanh nghiệp lớn nhất trong lĩnh vực của mình.

Năm 2018, Thế giới Di Động lọt top 100 nhà bán lẻ lớn nhất khu vực châu Á - Thái Bình Dương. Ngoài chuỗi cửa hàng điện thoại di động thegioididong.com, Công ty Cổ phần Thế giới di động còn sở hữu chuỗi cửa hàng điện máy Điện máy Xanh, Trần Anh và chuỗi siêu thị thực phẩm Bách hóa Xanh.

Thegioididong.com là chuỗi bán lẻ thiết bị di động (điện thoại di động, máy tính bảng, laptop và phụ kiện,...) được thành lập từ năm 2004. Hiện nay Thegioididong.com có quy mô trải dài khắp 63 tỉnh thành với 2500 điểm bán di động, chiếm thị phần số 1 Việt Nam.

Hệ thống Thế Giới Di Động luôn vận hành theo châm ngôn 'Đặt khách hàng làm trung tâm trong mọi suy nghĩ và hành động. Do vậy, công ty luôn đưa ra các chiến lược nhân sự mới mẻ để chăm sóc khách hàng chu đáo hơn. Vì bí quyết của sự thành công chính là phải tạo được lòng tin của khách hàng khi mua các sản phẩm.

1. **Quá trình hình thành**

* Thế Giới Di Động được thành lập vào năm 2004 bởi ông Nguyễn Đức Tài và một nhóm các nhà đầu tư. Ban đầu, cửa hàng chỉ có một cửa hàng nhỏ tại TP.HCM, chuyên bán lẻ điện thoại di động và phụ kiện.
* Khi thành lập vào tháng 3 năm 2004, Thế giới di động lựa chọn mô hình thương mại điện tử sơ khai với một website giới thiệu thông tin sản phẩm và 3 cửa hàng nhỏ trên đường Hoàng Văn Thụ, Thành phố Hồ Chí Minh để giao dịch.
* Tháng 10 năm 2004, công ty chuyển đổi mô hình kinh doanh, đầu tư vào một cửa hàng bán lẻ lớn trên đường Nguyễn Đình Chiểu và bắt đầu có lãi.
* Tới tháng 3 năm 2006, Thế giới di động có tổng cộng 4 cửa hàng tại Thành phố Hồ Chí Minh.
* Năm 2007, công ty thành công trong việc kêu gọi vốn đầu tư của Mekong Capital và phát triển nhanh chóng về quy mô, đạt 40 cửa hàng vào năm 2009.
* Từ năm 2010, Thế Giới Di Động bắt đầu đầu tư vào việc nâng cao trải nghiệm khách hàng, cải thiện chất lượng dịch vụ và mở rộng danh mục sản phẩm. Họ không chỉ bán điện thoại mà còn các thiết bị điện tử tiêu dùng khác.
* Tới cuối năm 2012, Thế giới di động có tổng cộng 220 cửa hàng tại Việt Nam.
* Thế Giới Di Động nhanh chóng trở thành một trong những chuỗi cửa hàng bán lẻ hàng đầu tại Việt Nam. Họ nổi bật với dịch vụ khách hàng tốt, sản phẩm đa dạng và các chương trình khuyến mãi hấp dẫn.
* Tháng 5/2013, Thế giới di động nhận đầu tư của Robert A. Willett- cựu CEO BestBuy International và công ty CDH Electric Bee Limited.
* Năm 2014, Thế Giới Di Động mở rộng sang lĩnh vực bán lẻ đồ điện tử gia dụng thông qua việc ra mắt chuỗi cửa hàng Điện máy Xanh.
* Tháng 12/2018. Thế giới Di Động đóng cửa trang thương mại điện tử Vuivui.
* Tháng 1/2023, Thế Giới Di Động chính thức hoạt động tại Indonesia với thương hiệu Era Blue thuộc liên doanh PT Era Blue Elektronic (thương hiệu Era Blue), do Thế Giới Di Động hợp tác với đơn vị địa phương PT Erafone Artha Retailindo (Erafone) - một công ty con của Tập đoàn Erajaya.
* Tính đến nay, Thế Giới Di Động đã có hàng nghìn cửa hàng trên toàn quốc và tiếp tục mở rộng, giữ vững vị thế hàng đầu trong lĩnh vực bán lẻ điện thoại và thiết bị điện tử tại Việt Nam.

⇒Quá trình hình thành và phát triển của Thế Giới Di Động không chỉ phản ánh sự nỗ lực của đội ngũ sáng lập mà còn là kết quả của việc đáp ứng kịp thời nhu cầu của thị trường và khách hàng.

1. **Mô hình đa dạng sản phẩm**

Cửa hàng Thế Giới Di Động là một trong những chuỗi bán lẻ điện thoại di động và thiết bị điện tử tiêu dùng hàng đầu tại Việt Nam. Dưới đây là một số thông tin nổi bật về cửa hàng:

* Sản phẩm đa dạng:

Cửa hàng cung cấp một loạt sản phẩm bao gồm smartphone, máy tính bảng, laptop, phụ kiện công nghệ, và các thiết bị gia dụng như tivi và máy lạnh.

Các thương hiệu nổi tiếng như Apple, Samsung, Xiaomi, Oppo, và nhiều thương hiệu khác.

Cửa hàng Thế Giới Di Động nổi bật với sự đa dạng về sản phẩm, phục vụ nhu cầu của nhiều đối tượng khách hàng khác nhau. Dưới đây là một số nhóm sản phẩm chính mà cửa hàng cung cấp:

* Điện thoại di động:

Smartphone: Cung cấp nhiều thương hiệu và mẫu mã, từ cao cấp đến tầm trung và giá rẻ, bao gồm các hãng như Apple, Samsung, Xiaomi, Oppo, Vivo, Realme, và Nokia.

* Máy tính bảng:

Các sản phẩm từ các thương hiệu lớn như Apple (iPad), Samsung (Galaxy Tab) và một số mẫu từ các thương hiệu khác.

* Laptop:

Đáp ứng nhu cầu từ học tập, làm việc đến gaming với các thương hiệu như Dell, HP, Lenovo, Asus, Acer và Apple.

* Phụ kiện công nghệ:

Tai nghe: Các loại tai nghe không dây, có dây từ nhiều thương hiệu.

Sạc và dây cáp: Sạc nhanh, sạc dự phòng, cáp kết nối.

Ốp lưng và kính cường lực: Đa dạng mẫu mã cho nhiều dòng điện thoại.

* Thiết bị gia dụng:

Tivi: Các dòng tivi thông minh từ LG, Samsung, Sony và TCL.

Máy lạnh, máy giặt: Các sản phẩm từ các thương hiệu nổi tiếng như Panasonic, LG, Electrolux.

* Thiết bị điện tử khác:

Camera: Máy ảnh kỹ thuật số và camera hành trình.

Thiết bị định vị GPS: Sản phẩm phục vụ nhu cầu di chuyển và khám phá.

* Đồ chơi công nghệ:

Drone: Các loại drone phục vụ cho sở thích chụp ảnh, quay video.

Thiết bị chơi game: Consoles và phụ kiện cho game.

Cửa hàng Thế Giới Di Động không chỉ chú trọng đến đa dạng sản phẩm mà còn thường xuyên cập nhật các mẫu mới, công nghệ tiên tiến để đáp ứng nhanh chóng nhu cầu của thị trường và khách hàng.

1. **Dịch vụ khách hàng**

Nhân viên được đào tạo chuyên nghiệp, sẵn sàng tư vấn và hỗ trợ khách hàng trong việc chọn sản phẩm phù hợp.

Cung cấp dịch vụ bảo hành, sửa chữa và hỗ trợ kỹ thuật cho các sản phẩm đã mua.

* Tư vấn sản phẩm:

Nhân viên được đào tạo chuyên nghiệp, sẵn sàng tư vấn và giúp khách hàng lựa chọn sản phẩm phù hợp với nhu cầu và ngân sách.

* Dịch vụ bảo hành:

Cung cấp thông tin chi tiết về chính sách bảo hành cho từng sản phẩm, đảm bảo khách hàng yên tâm khi mua sắm.

Hỗ trợ làm thủ tục bảo hành nhanh chóng và hiệu quả.

* Sửa chữa và hỗ trợ kỹ thuật:

Cung cấp dịch vụ sửa chữa cho các sản phẩm điện thoại và thiết bị điện tử, với đội ngũ kỹ thuật viên chuyên nghiệp.

Hỗ trợ khách hàng qua điện thoại hoặc trực tuyến để giải đáp thắc mắc về sản phẩm.

* Chính sách đổi trả:

Có chính sách đổi trả linh hoạt, giúp khách hàng có thể đổi sản phẩm nếu không hài lòng hoặc có lỗi từ nhà sản xuất.

* Chương trình khách hàng thân thiết:

Tích điểm và ưu đãi cho khách hàng thường xuyên, mang lại lợi ích lâu dài cho những người trung thành với thương hiệu.

* Hỗ trợ trực tuyến:

Cung cấp dịch vụ chăm sóc khách hàng qua các kênh trực tuyến như website, ứng dụng di động và mạng xã hội.

Chatbot hỗ trợ giải đáp nhanh chóng các thắc mắc phổ biến.

* Đào tạo nhân viên:

Thường xuyên tổ chức các khóa đào tạo để nâng cao kỹ năng phục vụ và kiến thức sản phẩm cho nhân viên.

Dịch vụ khách hàng của Thế Giới Di Động không chỉ chú trọng đến việc bán hàng mà còn tạo ra mối quan hệ lâu dài với khách hàng thông qua sự chăm sóc tận tình và chuyên nghiệp.

1. **Môi trường mua sắm**

Cửa hàng thường được thiết kế hiện đại, không gian rộng rãi và thoải mái, giúp khách hàng dễ dàng tham quan và trải nghiệm sản phẩm.

Các sản phẩm được trưng bày rõ ràng, dễ dàng so sánh và lựa chọn.

Môi trường mua sắm tại cửa hàng Thế Giới Di Động được thiết kế nhằm mang lại trải nghiệm tốt nhất cho khách hàng. Dưới đây là một số đặc điểm nổi bật của môi trường mua sắm tại đây:

* Không gian rộng rãi và hiện đại:

Cửa hàng thường có diện tích lớn, tạo không gian thoải mái cho khách hàng khi tham quan và chọn lựa sản phẩm.

Thiết kế hiện đại với ánh sáng tốt, tạo cảm giác thoải mái và dễ chịu.

* Trưng bày sản phẩm hợp lý:

Sản phẩm được trưng bày theo các nhóm, thương hiệu, giúp khách hàng dễ dàng tìm kiếm và so sánh.

Các mẫu sản phẩm thường được đặt ở vị trí dễ tiếp cận, cho phép khách hàng trải nghiệm trực tiếp.

* Khu vực trải nghiệm:

Nhiều cửa hàng có khu vực dành riêng để khách hàng thử nghiệm các sản phẩm như smartphone, máy tính bảng, laptop, giúp họ có cái nhìn rõ hơn về tính năng.

* Dịch vụ khách hàng chuyên nghiệp:

Nhân viên sẵn sàng hỗ trợ và tư vấn tận tình, giúp khách hàng hiểu rõ hơn về sản phẩm và dịch vụ.

* Sự sạch sẽ và gọn gàng:

Cửa hàng luôn được giữ gìn sạch sẽ, gọn gàng, tạo cảm giác chuyên nghiệp và dễ chịu cho khách hàng.

* Chương trình khuyến mãi hấp dẫn:

Các biển hiệu quảng cáo về chương trình khuyến mãi và ưu đãi thường xuyên được cập nhật, thu hút sự chú ý của khách hàng.

* Hỗ trợ thanh toán tiện lợi:

Cung cấp nhiều hình thức thanh toán khác nhau như tiền mặt, thẻ ngân hàng, ví điện tử, giúp quá trình thanh toán nhanh chóng và thuận tiện.

Môi trường mua sắm tại Thế Giới Di Động không chỉ tập trung vào việc bán hàng mà còn chú trọng đến trải nghiệm khách hàng, từ khi bước vào cửa hàng cho đến khi rời đi.

1. **Chương trình khuyến mãi**

Thường xuyên có các chương trình giảm giá, khuyến mãi hấp dẫn, đặc biệt trong các dịp lễ lớn hoặc ngày hội mua sắm.

Cửa hàng Thế Giới Di Động thường xuyên tổ chức các chương trình khuyến mãi hấp dẫn nhằm thu hút khách hàng và tạo điều kiện thuận lợi cho việc mua sắm. Dưới đây là một số loại chương trình khuyến mãi phổ biến:

* Giảm giá trực tiếp:

Giảm giá cho nhiều sản phẩm, đặc biệt là vào các dịp lễ, Tết, hoặc sự kiện đặc biệt.

* Khuyến mãi theo mùa:

Các chương trình khuyến mãi theo mùa như hè, Noel, Black Friday, giúp khách hàng tận dụng cơ hội mua sắm với giá ưu đãi.

* Mua 1 tặng 1:

Một số sản phẩm phụ kiện hoặc sản phẩm khác có thể được khuyến mãi theo hình thức mua 1 tặng 1, giúp khách hàng tiết kiệm chi phí.

* Tích điểm và ưu đãi cho khách hàng thân thiết:

Chương trình khách hàng thân thiết cho phép khách hàng tích điểm khi mua sắm, sau đó đổi điểm lấy ưu đãi hoặc quà tặng.

* Chương trình đổi cũ lấy mới:

Khách hàng có thể mang sản phẩm cũ đến để được giảm giá khi mua sản phẩm mới.

* Chương trình trả góp 0%:

Cung cấp các gói trả góp với lãi suất 0% cho một số sản phẩm nhất định, giúp khách hàng dễ dàng tiếp cận các sản phẩm công nghệ cao.

* Quà tặng kèm theo:

Nhiều sản phẩm đi kèm với quà tặng hấp dẫn, như tai nghe, ốp lưng, hay voucher giảm giá cho lần mua sau.

* Khuyến mãi online:

Các ưu đãi đặc biệt dành riêng cho khách hàng mua sắm trực tuyến qua website hoặc ứng dụng của Thế Giới Di Động.

Các chương trình khuyến mãi không chỉ giúp khách hàng tiết kiệm chi phí mà còn tạo thêm sự hứng thú trong việc mua sắm, góp phần nâng cao trải nghiệm khách hàng tại Thế Giới Di Động.

1. **Mua sắm trực tuyến**

Ngoài các cửa hàng vật lý, Thế Giới Di Động còn phát triển kênh bán hàng trực tuyến qua website và ứng dụng di động, mang lại sự tiện lợi cho khách hàng.

Mua sắm trực tuyến tại Thế Giới Di Động mang đến cho khách hàng sự tiện lợi và nhanh chóng. Dưới đây là một số điểm nổi bật của dịch vụ này:

* Website và ứng dụng di động:

Thế Giới Di Động có một trang web thân thiện với người dùng và ứng dụng di động, cho phép khách hàng dễ dàng tìm kiếm sản phẩm, xem thông tin và đặt hàng.

* Danh mục sản phẩm phong phú:

Khách hàng có thể duyệt qua nhiều loại sản phẩm, từ điện thoại di động, máy tính bảng, laptop đến các thiết bị gia dụng và phụ kiện.

* Thông tin chi tiết sản phẩm:

Mỗi sản phẩm đều có thông tin chi tiết, bao gồm mô tả, hình ảnh, thông số kỹ thuật và đánh giá từ người dùng, giúp khách hàng dễ dàng đưa ra quyết định.

* Khuyến mãi đặc biệt:

Nhiều chương trình khuyến mãi và ưu đãi đặc biệt chỉ dành cho khách hàng mua sắm trực tuyến, bao gồm giảm giá, quà tặng và ưu đãi vận chuyển.

* Đặt hàng và giao hàng nhanh chóng:

Quy trình đặt hàng đơn giản và dễ dàng, với nhiều tùy chọn giao hàng như giao tận nơi hoặc nhận hàng tại cửa hàng.

* Chính sách đổi trả linh hoạt:

Cung cấp chính sách đổi trả rõ ràng và linh hoạt, giúp khách hàng yên tâm khi mua sắm trực tuyến.

* Hỗ trợ khách hàng trực tuyến:

Dịch vụ khách hàng trực tuyến sẵn sàng hỗ trợ qua chat hoặc điện thoại, giúp giải đáp thắc mắc và hỗ trợ trong quá trình mua sắm.

* Thanh toán an toàn:

Cung cấp nhiều hình thức thanh toán khác nhau như thẻ ngân hàng, ví điện tử, và thanh toán khi nhận hàng, đảm bảo an toàn và tiện lợi.

Mua sắm trực tuyến tại Thế Giới Di Động không chỉ giúp tiết kiệm thời gian mà còn mang đến trải nghiệm mua sắm linh hoạt, phù hợp với nhu cầu của khách hàng hiện đại.

1. **Chính sách đổi trả**

Có chính sách đổi trả linh hoạt, giúp khách hàng yên tâm khi mua sắm.

Chính sách đổi trả của cửa hàng Thế Giới Di Động được thiết kế để đảm bảo quyền lợi cho khách hàng, giúp họ yên tâm hơn khi mua sắm. Dưới đây là những điểm nổi bật trong chính sách này:

* Thời gian đổi trả:

Khách hàng có thể đổi trả sản phẩm trong vòng 15 ngày kể từ ngày mua, tùy thuộc vào từng loại sản phẩm.

* Điều kiện đổi trả:

Sản phẩm phải còn nguyên tem, bao bì và không có dấu hiệu sử dụng (đối với sản phẩm mới).

Cần có hóa đơn mua hàng kèm theo để thực hiện đổi trả.

* Sản phẩm không thể đổi trả:

Một số sản phẩm như thẻ cào, phần mềm, phụ kiện đã mở bao bì, hoặc sản phẩm đã qua sử dụng có thể không đủ điều kiện đổi trả.

* Đổi hàng:

Khách hàng có thể đổi sang sản phẩm khác có giá trị tương đương hoặc chênh lệch giá (nếu có) để thực hiện giao dịch.

* Hoàn tiền:

Nếu sản phẩm không đáp ứng được yêu cầu hoặc lỗi do nhà sản xuất, khách hàng có thể yêu cầu hoàn tiền theo chính sách của cửa hàng.

* Hỗ trợ khách hàng:

Đội ngũ nhân viên tại cửa hàng luôn sẵn sàng hỗ trợ khách hàng trong quá trình đổi trả, đảm bảo rằng quy trình diễn ra suôn sẻ.

Chính sách đổi trả của Thế Giới Di Động nhằm đảm bảo sự hài lòng cho khách hàng, đồng thời tạo điều kiện thuận lợi trong việc giải quyết các vấn đề phát sinh liên quan đến sản phẩm.

1. **Chi nhánh rộng khắp**

Với hàng nghìn cửa hàng trải dài trên toàn quốc, Thế Giới Di Động dễ dàng tiếp cận được đông đảo khách hàng.

Cửa hàng Thế Giới Di Động không chỉ là nơi mua sắm sản phẩm công nghệ, mà còn mang đến trải nghiệm dịch vụ tốt và sự hài lòng cho khách hàng.

Thế Giới Di Động có một mạng lưới chi nhánh rộng khắp, bao gồm hàng nghìn cửa hàng trải dài trên toàn quốc. Dưới đây là một số điểm nổi bật về sự phân bố và chi nhánh của Thế Giới Di Động:

* Số lượng cửa hàng lớn:

Thế Giới Di Động có hơn 1.000 cửa hàng, giúp phục vụ đông đảo khách hàng trên toàn quốc.

* Vị trí chiến lược:

Các cửa hàng thường được đặt ở vị trí trung tâm thành phố, khu vực đông dân cư, và gần các trung tâm thương mại, giúp khách hàng dễ dàng tiếp cận.

* Chi nhánh nhượng quyền:

Thế Giới Di Động cũng mở rộng mạng lưới thông qua các cửa hàng nhượng quyền, tạo điều kiện cho các doanh nghiệp nhỏ tham gia vào thị trường.

* Đáp ứng nhu cầu địa phương:

Mỗi chi nhánh đều được thiết kế để đáp ứng nhu cầu và thói quen mua sắm của người tiêu dùng ở từng khu vực cụ thể.

* Hỗ trợ khách hàng địa phương:

Nhân viên tại mỗi cửa hàng đều được đào tạo để phục vụ và tư vấn khách hàng theo cách phù hợp với từng khu vực.

* Mở rộng liên tục:

Thế Giới Di Động liên tục mở thêm cửa hàng mới để đáp ứng nhu cầu ngày càng tăng và nâng cao độ phủ sóng trên thị trường.

Mạng lưới chi nhánh rộng khắp không chỉ giúp Thế Giới Di Động nâng cao khả năng phục vụ khách hàng mà còn tạo điều kiện thuận lợi cho việc tiếp cận và mua sắm sản phẩm công nghệ trên toàn quốc.

1. **Mô hình tổ chức**



1. **Sơ đồ cấu trúc chung**

* Hội đồng quản trị

Hội đồng quản trị do Đại hội đồng cổ đông bầu ra, là cơ quan quản lý cao nhất của Công ty, có toàn quyền nhân danh Công ty để quyết định mọi vấn đề liên quan đến quyền lợi của Công Ty, trừ những vấn đề thuộc thẩm quyền của Đại hội đồng cổ đông. Hội đồng quản trị giữ vai trò định hướng chiến lược kế hoạch hoạt động sản xuất kinh doanh hằng năm, chỉ đạo và giám sát hoạt động của Công ty thông qua Ban điều hành Công ty.

* Ban kiểm soát

Ban kiểm soát có nhiệm vụ kiểm tra hoạt động tài chính của Công ty, giám sát việc tuân thủ chấp hành chế độ hạch toán, kế toán, quy trình, quy chế nội bộ của Công ty, thẩm định Báo cáo tài chính hằng năm, báo cáo Đại hội đồng cổ đông về tính chính xác, trung thực, hợp pháp của Báo cáo tài chính của Công ty.

* Ban Giám đốc

Ban giám đốc chịu trách nhiệm hoạch định các chiến lược, mục tiêu phát triển của công ty trong ngắn hạn và dài hạn. Điều hành, quản lý công ty đi theo hướng phát triển đã đề ra. Ban giám đốc chịu trách nhiệm cao nhất trong tổ chức, điều hành mọi hoạt động kinh doanh hang ngày của công ty, là đại diện của công ty trước pháp luật. Tổ chức thực hiện các Nghị quyết, Quyết định mà HĐQT đã đề ra.

* Khối Công nghệ thông tin

Ứng dụng Công nghệ thông tin vào các hoạt động của công ty. Quản lý, bảo dưỡng và vận hành toàn bộ hệ thống hạ tầng Công nghệ thông tin của công ty, hỗ trợ về mặt kỹ thuật cho các đơn vị khác trong công ty khai thác và sử dụng hệ thống Công nghệ thông tin một cách hiệu quả nhất. Thực hiện các công việc xây dựng hệ thống quản trị dựa trên công nghệ thông tin xây dựng hệ thống baocaonoibo.com hay phần ERP- một trong những hệ thống quản trị hang đầu mà chỉ có một số công ty lớn đang sử dụng, xây dựng website phục vụ cho bán hàng: thegioididong.com. Luôn đảm bảo cho các website hoạt động tốt nhất.

* Phòng hành chính- nhân sự

Mục tiêu hoạt động của Khối HC – NS là hỗ trợ các phòng ban trong việc thu hút, phát triển, động viên và giữ chân nhân viên. Khơi dậy năng lực của nhân viên giúp họ đạt được kết quả vượt trội trong công việc. Khối HC - NS bao gồm phòng Hành chính và phòng Nhân sự.

* Phòng Hành chính

Có nhiệm vụ thực hiện các công tác văn phòng, quản lý tài sản, giải quyết các loại công văn, chứng từ và đất mua các loại văn phòng phẩm theo nhu cầu của nhân viên.

* Phòng Nhân sự

Chịu trách nhiệm hoạch định nguồn nhân lực, theo dõi, thống kẻ nhu cầu và đánh giá tình hình nguồn nhân lực định kỳ trong công ty. Thực hiện chức năng tuyển dụng nhân viên mới, định mức lao động để thực hiện công tác lương thưởng, các chế độ phúc lợi cho nhân viên. Tổ chức đào tạo, huấn luyện định kỳ các kỹ năng cần thiết cho nhân viên cũ và đào tạo kỹ năng nghiệp vụ cho nhân viên mới. Xây dựng văn hóa công ty, giải quyết các khó khăn, nhu cầu của nhân viên trong quá trình làm việc.

* Phòng Marketing

Quảng bá, mở rộng hình ảnh thương hiệu của công ty ra bên ngoài. tổ chức các Thực hiện các chương trình chính sách do Ban giám đốc lên kế hoạch, tổ hoạt động nhằm thu hút sự quan tâm của khách hàng đến với các sản phẩm của công ty như tổ chức các sự kiện quảng cáo, khuyến mãi... Quản lý và chăm sóc khách hàng.

* Phòng Kinh doanh Online

Lên các kế hoạch, chiến lược và triển khai các hoạt động kinh doanh gồm các hình thức bán hàng trực tiếp trong siêu thị và bán hàng trực tuyến thông qua hệ thống website của công ty.

* Phòng Cung ứng hậu cần

Chịu trách nhiệm quản lý kho và vận chuyển, phân phối hàng hóa đến các địa điểm đang có nhu cầu.

* Phòng Kế toán

Tham mưu cho ban giám đốc về lĩnh vực kinh tế, tài chính nhằm đảm bảo hoạt động kinh doanh của công ty hiệu quả cao nhất và đùng quy định pháp luật. Thực hiện bảo vệ tài sản công ty thông qua số sách ghi chép, phản ánh với giám đốc tình hình thực hiện kế hoạch kinh tế tài chính như lập chứng từ kế toán, kiểm kê, tính giá thành các đối tượng kế toán, tính giá thành, mở tài khoản, ghi sổ kép và lập báo cáo kế toán.

* Phòng CSKH

Theo dõi các phản hồi, giải đáp các thắc mắc, giải quyết các khiếu nại của khách hàng.

* Phòng TCC (Thế giới di động Care Center):

Giải quyết các nhu cầu bảo hành, sữa chữa hàng hóa, thiết bị cho khách hàng.

* Phòng Ngành hàng

Liên hệ với các nhà cung cấp để đặt mua các sản phẩm mà khách hàng đang có nhu cầu. Có trách nhiệm đảm bảo số lượng hàng hóa cho các siêu thị kinh doanh, quản lý hàng tồn và vận chuyển các hàng tồn đó đến các siêu thị còn thiếu.

* Phòng Phát triển siêu thị

Tìm kiếm mặt bằng phù hợp để mở các siêu thị mới tại các địa điểm mà nhu cầu mua sắm của khách hàng đang tăng cao, nhằm thực hiện chiến lược mở rộng quy mô, gia tăng thị phần của công ty.

1. **Đánh giá tổng quan**

Cấu trúc chức năng của Thế Giới Di Động đã chứng minh được sự hiệu quả trong việc quản lý và điều hành một tập đoàn bán lẻ lớn. Tuy nhiên, để duy trì và phát triển, tập đoàn cần:

* Linh hoạt thích ứng: Cập nhật liên tục cấu trúc tổ chức để phù hợp với sự thay đổi của thị trường và công nghệ.
* Phát triển văn hóa doanh nghiệp: Xây dựng một văn hóa doanh nghiệp mạnh mẽ, khuyến khích sự hợp tác và sáng tạo.
* Đầu tư vào công nghệ: Ứng dụng công nghệ để nâng cao hiệu quả làm việc và tạo ra những trải nghiệm mua sắm mới cho khách hàng.
* Phát triển nguồn nhân lực: Đầu tư vào đào tạo và phát triển nhân tài để đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của thị trường.

1. **Sự thành công của thế giới di động**
2. **Hiểu rõ khách hàng và đặt khách hàng lên hàng đầu**

Nghiên cứu thị trường sâu sắc: TGDĐ luôn nắm bắt xu hướng tiêu dùng, nhu cầu của khách hàng để đưa ra những sản phẩm và dịch vụ phù hợp.

Chăm sóc khách hàng tận tâm: Từ chính sách đổi trả linh hoạt, bảo hành nhanh chóng đến việc xây dựng cộng đồng khách hàng trung thành, TGDĐ luôn đặt trải nghiệm của khách hàng lên hàng đầu.

Cá nhân hóa dịch vụ: TGDĐ sử dụng dữ liệu khách hàng để đưa ra những gợi ý sản phẩm phù hợp, tạo cảm giác được quan tâm.

1. **Mạng lưới phân phối rộng rãi và hiệu quả**

Cửa hàng phủ khắp: TGDĐ có mặt ở hầu hết các tỉnh thành, giúp khách hàng dễ dàng tiếp cận.

Cửa hàng hiện đại: Không gian trưng bày sản phẩm rộng rãi, thoáng mát, tạo điều kiện cho khách hàng trải nghiệm sản phẩm.

Kênh bán hàng đa dạng: Bên cạnh hệ thống cửa hàng truyền thống, TGDĐ còn phát triển mạnh mẽ kênh bán hàng online, đáp ứng nhu cầu mua sắm trực tuyến của khách hàng.

1. **Quản lý hàng tồn kho hiệu quả**

Hệ thống quản lý hàng tồn kho tiên tiến: Giúp TGDĐ luôn đảm bảo có đủ hàng hóa đáp ứng nhu cầu của khách hàng, đồng thời giảm thiểu chi phí tồn kho.

Dự báo chính xác: Nhờ vào việc phân tích dữ liệu bán hàng, TGDĐ có thể dự báo chính xác nhu cầu của thị trường, tránh tình trạng hàng tồn hoặc thiếu hàng.

1. **Đội ngũ nhân viên chuyên nghiệp và năng động**

Đào tạo bài bản: Nhân viên TGDĐ được đào tạo chuyên sâu về sản phẩm, kỹ năng bán hàng và chăm sóc khách hàng.

Môi trường làm việc chuyên nghiệp: TGDĐ tạo ra một môi trường làm việc năng động, khuyến khích sự sáng tạo và đổi mới.

1. **Marketing chiến lược**

Truyền thông đa kênh: TGDĐ sử dụng nhiều kênh truyền thông khác nhau như truyền hình, báo chí, mạng xã hội, để tiếp cận khách hàng.

Các chương trình khuyến mãi hấp dẫn: TGDĐ thường xuyên tổ chức các chương trình khuyến mãi, giảm giá, tạo sức hút cho khách hàng.

Xây dựng thương hiệu mạnh: TGDĐ đã xây dựng một thương hiệu mạnh, được người tiêu dùng tin tưởng.

1. **Chuyển đổi số thành công**

Ứng dụng công nghệ: TGDĐ đã ứng dụng công nghệ vào mọi hoạt động kinh doanh, từ quản lý bán hàng đến chăm sóc khách hàng.

Thương mại điện tử phát triển: Kênh bán hàng online của TGDĐ ngày càng đóng góp lớn vào doanh thu.

Sự thành công của Thế Giới Di Động là kết quả của quá trình nỗ lực không ngừng, sự đầu tư vào công nghệ, con người và việc đặt khách hàng lên hàng đầu. Mô hình kinh doanh thành công của TGDĐ đã trở thành tấm gương cho nhiều doanh nghiệp bán lẻ khác tại Việt Nam.

1. **Sự phát triển gần đây**

Thế Giới Di Động (TGDĐ) đã và đang trải qua những bước chuyển mình đáng kể để thích ứng với sự thay đổi không ngừng của thị trường bán lẻ. Dưới đây là một số điểm nổi bật trong sự phát triển gần đây của TGDĐ

1. **Đa dạng hóa sản phẩm và dịch vụ**

Mở rộng ngành hàng: Từ điện thoại di động, TGDĐ đã đa dạng hóa sang nhiều ngành hàng khác như điện máy, gia dụng, tiêu dùng, thậm chí là cả thực phẩm tươi sống (qua chuỗi Bách Hóa Xanh).

Cá nhân hóa trải nghiệm mua sắm: TGDĐ tập trung vào việc cung cấp các dịch vụ giá trị gia tăng như sửa chữa, bảo dưỡng, lắp đặt, nhằm đáp ứng nhu cầu đa dạng của khách hàng.

1. **Chuyển đổi số toàn diện**

Thương mại điện tử: TGDĐ đẩy mạnh kênh bán hàng online, đầu tư vào các nền tảng thương mại điện tử và ứng dụng di động.

Số hóa trải nghiệm mua sắm: Các công cụ như mua sắm trực tuyến, thanh toán điện tử, tư vấn trực tuyến ngày càng trở nên phổ biến.

Dữ liệu lớn: TGDĐ tận dụng dữ liệu khách hàng để cá nhân hóa trải nghiệm mua sắm, đưa ra các khuyến mãi phù hợp.

1. **Mở rộng mạng lưới và nâng cao trải nghiệm cửa hàng**

Cửa hàng thông minh: TGDĐ đang chuyển đổi các cửa hàng truyền thống thành những cửa hàng thông minh, tích hợp công nghệ để nâng cao trải nghiệm mua sắm.

Mở rộng tại các thị trường mới: TGDĐ không ngừng mở rộng mạng lưới cửa hàng đến các tỉnh thành, đặc biệt là các thị trường tiềm năng.

1. **Tập trung vào chuỗi cung ứng**

Tối ưu hóa kho hàng: TGDĐ đầu tư vào hệ thống quản lý kho hàng hiện đại để giảm thiểu chi phí và đảm bảo hàng hóa luôn sẵn sàng.

Cải thiện vận chuyển: TGDĐ hợp tác với các đối tác logistics để rút ngắn thời gian giao hàng và nâng cao chất lượng dịch vụ.

1. **Xây dựng cộng đồng khách hàng**

Chương trình khách hàng thân thiết: TGDĐ tạo ra nhiều chương trình khuyến mãi, tích điểm để giữ chân khách hàng.

Tương tác trên mạng xã hội: TGDĐ tích cực tương tác với khách hàng trên các nền tảng mạng xã hội để lắng nghe ý kiến và giải đáp thắc mắc.

Những thách thức và cơ hội:

Cạnh tranh khốc liệt: Thị trường bán lẻ ngày càng cạnh tranh, đặc biệt là sự cạnh tranh từ các nền tảng thương mại điện tử nước ngoài.

Thay đổi hành vi của người tiêu dùng: Người tiêu dùng ngày càng đòi hỏi cao về chất lượng sản phẩm, dịch vụ và trải nghiệm mua sắm.

Cơ hội phát triển: Thị trường bán lẻ Việt Nam vẫn còn nhiều tiềm năng, đặc biệt là ở các vùng nông thôn.

Thế Giới Di Động đang không ngừng nỗ lực để thích ứng với sự thay đổi của thị trường và đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của khách hàng. Với những bước đi chiến lược đúng đắn, TGDĐ hứa hẹn sẽ tiếp tục giữ vững vị thế dẫn đầu trong lĩnh vực bán lẻ tại Việt Nam.

1. **ƯU ĐIỂM CỦA THẾ GIỚI DI ĐỘNG**

Mô hình chức năng của Thế Giới Di Động (TGDĐ), một trong những tập đoàn bán lẻ hàng đầu tại Việt Nam, có nhiều ưu điểm nổi bật, góp phần vào sự thành công và phát triển mạnh mẽ của công ty:

1. **Hệ thống cửa hàng rộng khắp**

TGDĐ sở hữu một mạng lưới cửa hàng rộng lớn trên toàn quốc, giúp tiếp cận khách hàng dễ dàng và nhanh chóng. Mỗi cửa hàng được bố trí thuận tiện, gần các khu dân cư, siêu thị, và trung tâm thương mại. Ra đời từ năm 2004, trải qua gần 20 năm hình thành và phát triển, thương hiệu TGDĐ hiện đã được nhiều khách hàng biết tới và tin tưởng. Với chất lượng sản phẩm và dịch vụ cao cùng với chiến lược Marketing và chiến lược kinh doanh hiệu quả, TGDĐ đã từng bước đạt được thị phần lớn và chiếm được lòng tin của khách hàng.

Hệ thống cửa hàng rộng khắp của Thế Giới Di Động mang lại nhiều ưu điểm, bao gồm:

1. **Tiếp cận dễ dàng**: Khách hàng có thể dễ dàng tìm thấy cửa hàng gần nhất, giảm thiểu thời gian di chuyển.
2. **Dịch vụ nhanh chóng**: Khách hàng có thể đến trực tiếp cửa hàng để trải nghiệm sản phẩm, nhận tư vấn ngay lập tức mà không cần chờ đợi.
3. **Khả năng kiểm tra sản phẩm**: Khách hàng có thể trực tiếp xem, sờ và thử nghiệm sản phẩm trước khi quyết định mua.
4. **Hỗ trợ bảo hành và dịch vụ sau bán**: Việc có nhiều cửa hàng giúp khách hàng dễ dàng hơn trong việc bảo hành hoặc sửa chữa sản phẩm.
5. **Khuyến mãi và sự kiện địa phương**: Cửa hàng có thể tổ chức các chương trình khuyến mãi, sự kiện dành riêng cho khu vực, thu hút khách hàng.
6. **Thương hiệu đáng tin cậy**: Hệ thống cửa hàng rộng lớn tạo cảm giác uy tín, giúp khách hàng yên tâm hơn khi mua sắm.

Những ưu điểm này không chỉ nâng cao trải nghiệm mua sắm mà còn giúp Thế Giới Di Động giữ vững vị thế cạnh tranh trên thị trường.

1. **Quản lý chuỗi cung ứng hiệu quả**

TGDĐ có hệ thống quản lý kho hàng và vận chuyển tối ưu. Điều này đảm bảo hàng hóa luôn có sẵn tại cửa hàng, giảm thiểu thời gian giao hàng và đảm bảo sản phẩm luôn được cập nhật mới nhất.

Trong quá trình chuyển đổi mô hình, TGDĐ đã mạnh tay đóng rất nhiều cửa hàng mô hình cũ không thể cải thiện doanh thu do nằm trong hẻm nhỏ hoặc không thể mở rộng, công ty cho biết đã hoàn thành việc chuyển đổi toàn bộ cửa hàng trong Q.I 2019 và sẽ đẩy mạnh mở cửa hàng từ đây đến cuối năm 2019.

Trong tháng 3 và tháng 4, công ty đã mở gần 100 cửa hàng Bách Hoá Xanh (tương đương 1 ngày mở trung bình 2 cửa hàng), từng bước hoàn thành mục tiêu đạt 700 cửa hàng trong năm 2022. Song song với cải thiện biên lợi nhuận qua việc tăng cường mua trực tiếp từ nhà cung cấp (bỏ qua đại lý) và đàm phán để có chiết khấu cao hơn, TGDD đang nhân rộng Bách Hoá Xanh ra các tỉnh miền Tây và miền Đông, hiện đã có 134 cửa hàng tại các tỉnh ngoài thành phố Hồ Chí Minh.

Quản lý chuỗi cung ứng hiệu quả của cửa hàng Thế Giới Di Động là yếu tố quan trọng giúp công ty hoạt động trơn tru và đáp ứng nhu cầu của khách hàng. Dưới đây là một số điểm nổi bật trong quản lý chuỗi cung ứng của họ:

1. **Hệ thống quản lý kho hiện đại**: Sử dụng công nghệ thông tin để theo dõi tồn kho, quản lý hàng hóa và tối ưu hóa quy trình nhập xuất kho.
2. **Đối tác cung cấp đa dạng**: Xây dựng mối quan hệ với nhiều nhà cung cấp, đảm bảo nguồn hàng phong phú và tránh rủi ro từ việc phụ thuộc vào một nhà cung cấp duy nhất.
3. **Dự báo nhu cầu chính xác**: Sử dụng phân tích dữ liệu để dự đoán xu hướng mua sắm, từ đó điều chỉnh lượng hàng hóa nhập vào phù hợp với nhu cầu thực tế.
4. **Quy trình logistics hiệu quả**: Tối ưu hóa quá trình vận chuyển và phân phối hàng hóa, giảm thiểu chi phí và thời gian giao hàng.
5. **Chính sách hoàn trả linh hoạt**: Thiết lập quy trình hoàn trả hàng hóa rõ ràng, tạo sự tin tưởng cho khách hàng và giảm thiểu áp lực tồn kho.
6. **Tích hợp bán hàng trực tuyến**: Kết hợp giữa các kênh bán hàng offline và online, giúp nâng cao hiệu quả kinh doanh và phục vụ tốt hơn nhu cầu của khách hàng.
7. **Đào tạo nhân viên**: Đảm bảo nhân viên hiểu rõ quy trình quản lý chuỗi cung ứng, từ đó nâng cao hiệu suất làm việc và chất lượng dịch vụ.

Việc quản lý chuỗi cung ứng hiệu quả không chỉ giúp Thế Giới Di Động duy trì được lợi thế cạnh tranh mà còn nâng cao trải nghiệm của khách hàng, từ đó tăng trưởng bền vững.

1. **Dịch vụ khách hàng chuyên nghiệp**

Công ty đặt nặng việc đào tạo đội ngũ nhân viên bán hàng chuyên nghiệp và nhiệt tình, sẵn sàng tư vấn và hỗ trợ khách hàng. Chính sách chăm sóc khách hàng sau bán hàng, bảo hành và đổi trả cũng rất tốt, tạo lòng tin với người tiêu dùng.

Chất lượng sản phẩm đảm bảo: TGDĐ cam kết cung cấp các sản phẩm chính hãng, chất lượng cao. Chính sách bảo hành, đổi trả rõ ràng: Khách hàng luôn được đảm bảo quyền lợi khi mua hàng tạiTGDĐ. Dịch vụ chăm sóc khách hàng chuyên nghiệp: Đội ngũ nhân viên được đào tạo bài bản, luôn sẵn sàng hỗ trợ khách hàng.

Dịch vụ khách hàng chuyên nghiệp của cửa hàng Thế Giới Di Động bao gồm nhiều yếu tố nổi bật:

1. **Tư vấn tận tình**: Nhân viên được đào tạo bài bản, am hiểu về sản phẩm, sẵn sàng tư vấn và giải đáp thắc mắc của khách hàng một cách chi tiết.
2. **Dịch vụ hậu mãi**: Chính sách bảo hành rõ ràng, hỗ trợ sửa chữa, bảo trì sản phẩm sau khi mua, giúp khách hàng yên tâm hơn khi sử dụng.
3. **Giao hàng nhanh chóng**: Dịch vụ giao hàng tận nơi tiện lợi, nhanh chóng và miễn phí trong một số khu vực, đáp ứng kịp thời nhu cầu của khách hàng.
4. **Chính sách đổi trả linh hoạt**: Thế Giới Di Động có chính sách đổi trả hàng hóa hợp lý, tạo điều kiện cho khách hàng đổi sản phẩm nếu không hài lòng.
5. **Chăm sóc khách hàng sau bán**: Gọi điện hoặc nhắn tin để kiểm tra sự hài lòng của khách hàng về sản phẩm và dịch vụ, tạo mối liên hệ tốt hơn.
6. **Hỗ trợ kỹ thuật**: Cung cấp dịch vụ hỗ trợ kỹ thuật qua điện thoại hoặc trực tiếp tại cửa hàng, giúp khách hàng giải quyết vấn đề một cách nhanh chóng.
7. **Phản hồi khách hàng**: Khuyến khích khách hàng để lại đánh giá và phản hồi, từ đó cải thiện dịch vụ và sản phẩm.

Dịch vụ khách hàng chuyên nghiệp không chỉ giúp Thế Giới Di Động xây dựng được lòng tin từ khách hàng mà còn góp phần nâng cao giá trị thương hiệu trong mắt người tiêu dùng.

1. **Chiến lược đa dạng hóa sản phẩm**

TGDĐ không chỉ bán thiết bị di động mà còn mở rộng sang các ngành hàng khác như điện máy, thực phẩm, và cả dịch vụ bán lẻ online. Điều này giúp doanh nghiệp giảm thiểu rủi ro từ việc phụ thuộc vào một ngành hàng duy nhất và đáp ứng nhu cầu đa dạng của thị trường. Với chiến lược quảng cáo sản phẩm đa kênh, tập trung vào content marketing và tối ưu SEO cũng như tối ưu trải nghiệm khách hàng, TGDĐ đã thành công trong việc tăng mức độ nhận diện thương hiệu và thuyết phục khách hàng sử dụng sản phẩm, dịch vụ của mình thay vì đối thủ cạnh tranh.

Với chiến lược đa dạng hóa sản phẩm trên rất nhiều các nền tảng xã hội cũng như tiếp thị trực tiếp tới khách hàng hệ thống đã có kết quả công bố sau 3 tháng đầu năm 2019, MWG cho thấy hiệu quả trong hoạt động kinh doanh, chiến lược số hóa tiếp tục chứng kiến mức tăng trưởng vượt trội khi doanh thu online đạt 4.650 tỷ đồng, chiếm 19% tổng doanh thu trong quý I/2019 và tăng 67% so với cùng kỳ năm 2018.

Chiến lược đa dạng hóa sản phẩm của Thế Giới Di Động bao gồm nhiều yếu tố quan trọng:

1. **Mở rộng danh mục sản phẩm**: Không chỉ cung cấp điện thoại di động, cửa hàng còn mở rộng sang máy tính bảng, laptop, thiết bị gia dụng, phụ kiện công nghệ và các sản phẩm điện tử khác.
2. **Hợp tác với nhiều thương hiệu**: Thế Giới Di Động hợp tác với các thương hiệu nổi tiếng trong và ngoài nước, giúp khách hàng có nhiều sự lựa chọn về sản phẩm và giá cả.
3. **Cung cấp dịch vụ kèm theo**: Bên cạnh sản phẩm, cửa hàng cũng cung cấp dịch vụ sửa chữa, bảo trì, và bảo hành, tạo giá trị gia tăng cho khách hàng.
4. **Tập trung vào sản phẩm mới**: Luôn cập nhật và giới thiệu các sản phẩm công nghệ mới nhất, đáp ứng nhu cầu thay đổi nhanh chóng của thị trường.
5. **Phân khúc thị trường**: Đáp ứng nhu cầu của nhiều nhóm khách hàng khác nhau, từ sinh viên, người đi làm đến các doanh nghiệp, thông qua các sản phẩm và dịch vụ phù hợp.
6. **Bán hàng trực tuyến**: Tăng cường kênh bán hàng online, giúp mở rộng thị trường và tiếp cận được nhiều khách hàng hơn.
7. **Khuyến mãi và bundle sản phẩm**: Tổ chức các chương trình khuyến mãi, gói sản phẩm (bundle) để khuyến khích khách hàng mua sắm và tăng giá trị đơn hàng.

Chiến lược đa dạng hóa sản phẩm này không chỉ giúp Thế Giới Di Động tăng trưởng doanh thu mà còn tạo ra sự cạnh tranh mạnh mẽ trên thị trường.

1. **Ứng dụng công nghệ trong quản lý và bán hàng**

Công ty áp dụng công nghệ thông tin tiên tiến trong quản lý bán hàng, lưu trữ thông tin khách hàng và thực hiện các chiến dịch tiếp thị. Hệ thống website và ứng dụng di động của TGDĐ cũng được tối ưu hóa, tạo điều kiện thuận lợi cho việc mua sắm trực tuyến.

Thế giới di động là một trong những công ty tư nhân đầu tiên tại Việt Nam đưa hệ thống quản trị nguồn lực doanh nghiệp- ERP ứng dụng trong quản lý chuỗi cửa hàng bán lẻ của mình.

Theo nghiên cứu của Trường quản trị kinh doanh Haas thuộc đại học UC Berkeley, khoản đầu tư vốn cổ phần vào doanh nghiệp tư nhân chưa niêm yết – Private Equity của Mekong Capital vào Thế giới di động đã đóng vai trò quan trọng trong những bước phát triển ấn tượng của công ty này và sẽ được đưa vào chương trình giảng dạy bậc cao học tại Haas – UC Berkeley đồng thời là tài liệu tham khảo cho sinh viên trường kinh doanh Harvard và trường kinh doanh Tuck.

Cửa hàng Thế Giới Di Động áp dụng công nghệ trong quản lý và bán hàng thông qua nhiều phương thức khác nhau, bao gồm:

1. **Hệ thống quản lý kho thông minh**: Sử dụng phần mềm quản lý kho để theo dõi tồn kho, tối ưu hóa quy trình nhập xuất hàng hóa, giảm thiểu tình trạng thiếu hàng hoặc tồn kho quá nhiều.
2. **Giao dịch điện tử**: Hệ thống thanh toán điện tử hiện đại giúp việc thanh toán nhanh chóng và an toàn, bao gồm cả thanh toán qua thẻ, ví điện tử và các hình thức thanh toán trực tuyến.
3. **Ứng dụng di động**: Thế Giới Di Động phát triển ứng dụng di động cho phép khách hàng dễ dàng duyệt sản phẩm, đặt hàng trực tuyến và theo dõi đơn hàng.
4. **Chương trình khách hàng thân thiết**: Sử dụng công nghệ để quản lý thông tin khách hàng, từ đó tạo ra các chương trình khuyến mãi và ưu đãi cá nhân hóa.
5. **Phân tích dữ liệu lớn**: Thu thập và phân tích dữ liệu về hành vi mua sắm của khách hàng để tối ưu hóa sản phẩm, giá cả và chiến lược marketing.
6. **Trải nghiệm mua sắm trực tuyến**: Cung cấp trang web và nền tảng thương mại điện tử thân thiện với người dùng, cho phép khách hàng tìm kiếm và đặt hàng dễ dàng.
7. **Quản lý dịch vụ khách hàng**: Sử dụng phần mềm quản lý khách hàng (CRM) để theo dõi và quản lý thông tin khách hàng, từ đó cải thiện dịch vụ và tương tác.
8. **Chăm sóc khách hàng qua mạng xã hội**: Tích cực sử dụng các kênh mạng xã hội để tương tác, tư vấn và giải đáp thắc mắc cho khách hàng một cách nhanh chóng.

Những ứng dụng công nghệ này không chỉ giúp Thế Giới Di Động nâng cao hiệu quả quản lý mà còn cải thiện trải nghiệm mua sắm của khách hàng, giữ vững vị thế cạnh tranh trên thị trường.

1. **Khả năng thích ứng nhanh với thị trường**

TTDĐ thường xuyên cập nhật các xu hướng thị trường và thay đổi chiến lược kinh doanh linh hoạt để phù hợp với nhu cầu khách hàng và thay đổi trong hành vi tiêu dùng.

Khả năng thích ứng nhanh với thị trường của cửa hàng Thế Giới Di Động được thể hiện qua một số điểm nổi bật sau:

1. **Phân tích dữ liệu thị trường**: Thế Giới Di Động thường xuyên thu thập và phân tích dữ liệu về xu hướng tiêu dùng, từ đó có thể nhanh chóng điều chỉnh chiến lược kinh doanh.
2. **Đổi mới sản phẩm và dịch vụ**: Luôn cập nhật các sản phẩm mới nhất từ các thương hiệu lớn, đảm bảo rằng cửa hàng luôn có những sản phẩm phù hợp với nhu cầu hiện tại của khách hàng.
3. **Chuyển đổi số**: Tích cực phát triển nền tảng thương mại điện tử, cho phép khách hàng mua sắm trực tuyến một cách thuận tiện, đặc biệt trong bối cảnh thị trường ngày càng thiên về mua sắm trực tuyến.
4. **Chương trình khuyến mãi nhanh chóng**: Có khả năng tổ chức các chương trình khuyến mãi và giảm giá linh hoạt, phù hợp với các sự kiện, ngày lễ hoặc biến động thị trường.
5. **Đào tạo nhân viên liên tục**: Đảm bảo nhân viên được đào tạo thường xuyên về sản phẩm mới và kỹ năng bán hàng, giúp họ có khả năng tư vấn và phục vụ khách hàng tốt hơn.
6. **Lắng nghe phản hồi từ khách hàng**: Sử dụng ý kiến và phản hồi từ khách hàng để nhanh chóng điều chỉnh các chính sách, sản phẩm và dịch vụ.
7. **Mở rộng kênh phân phối**: Thực hiện các chiến lược mở rộng cửa hàng và kênh phân phối để tiếp cận nhiều nhóm khách hàng hơn.
8. **Tăng cường hiện diện trên mạng xã hội**: Sử dụng mạng xã hội để kết nối và tương tác với khách hàng, nắm bắt nhanh chóng xu hướng và phản hồi thị trường.

Những yếu tố này giúp Thế Giới Di Động duy trì tính cạnh tranh và phản ứng nhanh với những thay đổi trong nhu cầu và xu hướng của thị trường.

1. **Chiến lược giá cả cạnh tranh**

TGDĐ thường xuyên có các chương trình khuyến mãi, giảm giá, giúp thu hút khách hàng và giữ vững thị phần trong bối cảnh cạnh tranh gay gắt với các đối thủ khác.

Bách Hoá Xanh chọn cạnh tranh trực tiếp với chợ truyền thống khi mở cửa hàng rất gần hay thậm chí là đối diện chợ. Theo khảo sát sơ bộ của VDSC tại một vài cửa hàng mở gần chợ thì đều ghi nhận số lượt khách ghé mua mỗi ngày rất tốt (trên dưới 1.000 khách/ngày). Chiến lược giá cả cạnh tranh có ý nghĩa là giá bán của Bách Hóa Xanh bằng mặt chung giá trung bình của bên cạnh tranh hoặc có thể thấp hơn và phù hợp với chi tiêu trung bình của người dân.

Chiến lược giá cả cạnh tranh của cửa hàng Thế Giới Di Động bao gồm một số yếu tố quan trọng:

1. **Định giá hợp lý**: Thế Giới Di Động thường xuyên phân tích giá cả của đối thủ và điều chỉnh giá bán của mình để đảm bảo tính cạnh tranh, đồng thời vẫn đảm bảo lợi nhuận.
2. **Khuyến mãi và giảm giá**: Cửa hàng thường xuyên tổ chức các chương trình khuyến mãi, giảm giá vào các dịp lễ, sự kiện đặc biệt hoặc vào cuối tuần để thu hút khách hàng.
3. **Chính sách giá linh hoạt**: Áp dụng các chính sách giá linh hoạt cho từng sản phẩm, nhóm sản phẩm, giúp đáp ứng tốt hơn nhu cầu của từng phân khúc khách hàng.
4. **Gói sản phẩm (bundle)**: Cung cấp các gói sản phẩm kết hợp với mức giá ưu đãi, khuyến khích khách hàng mua sắm nhiều hơn.
5. **Chính sách bảo hành và dịch vụ sau bán**: Giá cả cạnh tranh đi kèm với chính sách bảo hành tốt và dịch vụ hậu mãi, tạo giá trị gia tăng cho khách hàng, từ đó khiến họ cảm thấy hài lòng hơn với quyết định mua hàng.
6. **Định giá dựa trên giá trị**: Thay vì chỉ tập trung vào giá thấp, Thế Giới Di Động cũng chú trọng vào việc mang lại giá trị cho khách hàng thông qua chất lượng sản phẩm và dịch vụ.
7. **Đối tác với nhà cung cấp**: Thiết lập mối quan hệ tốt với các nhà cung cấp để có thể nhận được giá ưu đãi, từ đó có thể chuyển lợi ích này đến tay khách hàng.
8. **Đánh giá phản hồi từ khách hàng**: Sử dụng phản hồi từ khách hàng để điều chỉnh giá cả cho phù hợp với mong muốn và kỳ vọng của thị trường.

Chiến lược giá cả cạnh tranh này giúp Thế Giới Di Động không chỉ thu hút được khách hàng mà còn giữ chân họ, tạo ra sự trung thành với thương hiệu trong một thị trường đầy cạnh tranh.

1. **NHƯỢC ĐIỂM CỦA THẾ GIỚI DI ĐỘNG**
2. **Thiếu phối hợp**

* Các bộ phận chức năng có thể hoạt động độc lập và thiếu sự hợp tác, dẫn đến việc không đồng bộ trong các hoạt động và quy trình.
* Thông tin không đồng nhất: Các bộ phận khác nhau có thể không chia sẻ thông tin đầy đủ hoặc chính xác, gây ra hiểu lầm và quyết định sai lầm.
* Xung đột giữa các bộ phận: Các bộ phận có thể tập trung vào mục tiêu riêng mà không cân nhắc đến lợi ích chung của tổ chức, dẫn đến xung đột và cạnh tranh không lành mạnh.
* Thiếu sự nhất quán trong dịch vụ khách hàng: Khi các bộ phận không phối hợp tốt, trải nghiệm khách hàng có thể bị ảnh hưởng, làm giảm sự hài lòng và trung thành của khách hàng.
* Khó khăn trong việc triển khai dự án: Việc thực hiện các dự án lớn có thể bị trì hoãn hoặc gặp khó khăn nếu các bộ phận không hợp tác chặt chẽ.
* Mất thời gian và tài nguyên: Thiếu phối hợp có thể dẫn đến việc lặp lại công việc hoặc tạo ra những nỗ lực không cần thiết, tiêu tốn thời gian và tài nguyên.
* Giảm khả năng đổi mới: Khi các bộ phận không giao tiếp hiệu quả, việc chia sẻ ý tưởng và sáng kiến có thể bị hạn chế, cản trở sự đổi mới trong tổ chức.
* Để cải thiện tình trạng này, cửa hàng cần tăng cường giao tiếp, thiết lập các quy trình hợp tác và khuyến khích văn hóa làm việc nhóm.

1. **Quá chuyên môn hóa**

* Nhân viên có thể trở nên quá chuyên môn hóa trong lĩnh vực của mình, dẫn đến việc thiếu linh hoạt trong việc thích ứng với các nhiệm vụ khác khi cần thiết.
* Thiếu linh hoạt: Nhân viên có thể gặp khó khăn trong việc chuyển đổi sang các nhiệm vụ khác nếu cần, dẫn đến thiếu khả năng thích ứng với thay đổi nhanh chóng trong môi trường làm việc.
* Giảm khả năng phát triển kỹ năng: Nhân viên có thể chỉ làm việc trong một lĩnh vực hẹp, hạn chế cơ hội học hỏi và phát triển kỹ năng mới, dẫn đến thiếu động lực và cảm giác nhàm chán.
* Gây ra sự phụ thuộc: Tổ chức có thể trở nên phụ thuộc vào một số nhân viên có chuyên môn cao, nếu những nhân viên này rời đi, việc duy trì hoạt động có thể gặp khó khăn.
* Khó khăn trong giao tiếp: Nhân viên có thể chỉ giao tiếp với những người trong cùng lĩnh vực chuyên môn, dẫn đến việc thiếu thông tin từ các bộ phận khác và giảm hiệu quả làm việc chung.
* Thiếu cái nhìn tổng thể: Nhân viên chỉ tập trung vào một lĩnh vực cụ thể có thể không hiểu rõ về các khía cạnh khác của tổ chức, dẫn đến quyết định không phù hợp với mục tiêu chung.
* Định kiến về vai trò: Quá chuyên môn hóa có thể khiến nhân viên hình thành định kiến về vai trò của mình, làm giảm tinh thần đồng đội và hợp tác.
* Để khắc phục những nhược điểm này, cửa hàng cần khuyến khích sự giao thoa giữa các bộ phận, tạo điều kiện cho nhân viên phát triển đa dạng kỹ năng và cải thiện giao tiếp trong tổ chức.

1. **Khó khăn trong việc thích ứng với thay đổi**

* Mô hình này có thể gặp khó khăn trong việc điều chỉnh và phản ứng nhanh chóng với các thay đổi của thị trường hoặc nhu cầu khách hàng.
* Chậm trễ trong đổi mới: Nếu tổ chức không nhanh chóng điều chỉnh chiến lược hay quy trình làm việc, nó có thể bỏ lỡ cơ hội thị trường và bị các đối thủ cạnh tranh vượt mặt.
* Thiếu khả năng phản ứng với nhu cầu khách hàng: Khi nhu cầu và thị hiếu của khách hàng thay đổi, cửa hàng có thể không nhanh chóng điều chỉnh sản phẩm hoặc dịch vụ, dẫn đến mất khách hàng.
* Khó khăn trong việc áp dụng công nghệ mới: Nếu nhân viên và quy trình không linh hoạt, việc áp dụng các công nghệ hoặc hệ thống mới có thể gặp nhiều trở ngại, ảnh hưởng đến hiệu quả hoạt động.
* Mất động lực nhân viên: Nếu nhân viên cảm thấy rằng tổ chức không sẵn sàng thay đổi để cải thiện, họ có thể trở nên mất động lực, giảm năng suất làm việc.
* Gây ra sự không hài lòng trong nội bộ: Những thay đổi có thể khiến nhân viên cảm thấy bất an hoặc không được hỗ trợ, dẫn đến sự không hài lòng và tỷ lệ nhân viên nghỉ việc cao.
* Kinh nghiệm khách hàng không đồng nhất: Nếu cửa hàng không thích ứng kịp thời với thay đổi trong cách khách hàng muốn trải nghiệm dịch vụ, điều này có thể làm giảm sự hài lòng và lòng trung thành của khách hàng.
* Để cải thiện khả năng thích ứng, cửa hàng có thể cần xây dựng văn hóa tổ chức linh hoạt hơn, khuyến khích sự sáng tạo và đào tạo nhân viên để sẵn sàng đón nhận thay đổi.

1. **Chậm trễ trong ra quyết định**

* Quy trình ra quyết định có thể chậm, do phải thông qua nhiều cấp bậc và bộ phận, ảnh hưởng đến khả năng phản ứng kịp thời.
* Mất cơ hội thị trường: Việc không ra quyết định kịp thời có thể khiến cửa hàng bỏ lỡ các cơ hội kinh doanh hoặc xu hướng mới, ảnh hưởng đến doanh thu.
* Phản ứng chậm trước các vấn đề: Nếu không có quyết định nhanh chóng, các vấn đề có thể trở nên nghiêm trọng hơn, gây thiệt hại cho hoạt động và danh tiếng của cửa hàng.
* Tổn hại đến sự hài lòng của khách hàng: Chậm trễ trong việc giải quyết khiếu nại hoặc thay đổi chính sách có thể dẫn đến sự không hài lòng từ phía khách hàng, làm giảm lòng trung thành.
* Khó khăn trong việc duy trì sự cạnh tranh: Trong một ngành công nghiệp nhanh chóng thay đổi, quyết định chậm có thể khiến cửa hàng trở nên kém cạnh tranh so với các đối thủ.
* Gia tăng căng thẳng cho nhân viên: Sự chậm trễ trong quyết định có thể tạo áp lực cho nhân viên, làm tăng mức độ lo âu và giảm năng suất làm việc.
* Tăng chi phí hoạt động: Các quyết định chậm có thể dẫn đến việc không sử dụng hiệu quả tài nguyên, gây lãng phí và làm tăng chi phí.
* Để giảm thiểu tình trạng này, cửa hàng cần cải thiện quy trình ra quyết định, khuyến khích sự trao đổi thông tin nhanh chóng và xây dựng một văn hóa làm việc linh hoạt hơn.

1. **Rủi ro xung đột lợi ích**

* Các bộ phận chức năng có thể phát triển mục tiêu riêng, dẫn đến xung đột lợi ích và làm giảm hiệu quả tổng thể của tổ chức.
* Giảm hiệu quả hoạt động: Khi các bộ phận hoặc cá nhân có mục tiêu khác nhau, việc phối hợp trở nên khó khăn, dẫn đến giảm hiệu suất chung của tổ chức.
* Tổn hại đến tinh thần làm việc nhóm: Xung đột lợi ích có thể gây ra sự cạnh tranh không lành mạnh giữa các nhân viên, làm suy giảm tinh thần đồng đội và sự hợp tác.
* Ra quyết định không tối ưu: Khi lợi ích cá nhân được ưu tiên hơn lợi ích chung, quyết định có thể không phản ánh những gì tốt nhất cho tổ chức, ảnh hưởng đến hiệu quả lâu dài.
* Khó khăn trong việc quản lý nhân sự: Xung đột lợi ích có thể dẫn đến sự không hài lòng trong nội bộ, khiến quản lý trở nên phức tạp hơn và có thể làm tăng tỷ lệ nhân viên nghỉ việc.
* Mất lòng tin từ khách hàng: Nếu khách hàng nhận thấy tổ chức không nhất quán trong các quyết định hoặc hành động, họ có thể mất niềm tin, ảnh hưởng đến sự trung thành và doanh thu.
* Khó khăn trong việc duy trì văn hóa tổ chức: Nếu xung đột lợi ích không được giải quyết, văn hóa làm việc có thể bị ảnh hưởng tiêu cực, dẫn đến một môi trường làm việc không lành mạnh.
* Để giảm thiểu rủi ro này, cửa hàng cần xây dựng các quy trình rõ ràng, thúc đẩy giao tiếp cởi mở và tạo ra một môi trường mà lợi ích chung được đặt lên hàng đầu.

1. **Khó khăn trong việc phát triển nhân sự**

* Nhân viên có thể cảm thấy thiếu động lực nếu chỉ làm việc trong một lĩnh vực hẹp mà không có cơ hội học hỏi và phát triển kỹ năng đa dạng.
* Thiếu kỹ năng đa dạng: Nếu nhân viên chỉ tập trung vào một lĩnh vực chuyên môn, tổ chức sẽ thiếu những người có khả năng linh hoạt trong nhiều vai trò, làm giảm khả năng thích ứng với thay đổi.
* Mất động lực và sự gắn bó: Nhân viên có thể cảm thấy nhàm chán và thiếu động lực nếu không có cơ hội học hỏi và phát triển, dẫn đến tỷ lệ nghỉ việc cao.
* Khó khăn trong việc giữ chân nhân tài: Nếu không đầu tư vào phát triển nghề nghiệp, tổ chức có thể mất những nhân viên giỏi vào tay đối thủ cạnh tranh.
* Giảm năng suất làm việc: Nhân viên không được đào tạo và phát triển đầy đủ có thể không thể hoàn thành công việc hiệu quả, ảnh hưởng đến kết quả kinh doanh.
* Khó khăn trong việc xây dựng đội ngũ lãnh đạo: Nếu không có chương trình phát triển nhân sự hiệu quả, tổ chức có thể gặp khó khăn trong việc phát hiện và nuôi dưỡng các tài năng lãnh đạo tương lai.
* Thiếu khả năng đổi mới: Nhân viên không được khuyến khích phát triển kỹ năng mới có thể dẫn đến sự trì trệ trong sáng tạo và cải tiến sản phẩm, dịch vụ.
* Để khắc phục những vấn đề này, cửa hàng cần xây dựng các chương trình đào tạo, khuyến khích học hỏi liên tục và tạo cơ hội thăng tiến cho nhân viên.

1. **Hiệu suất bán lẻ suy giảm**

* Theo báo cáo tài chính năm 2023 của TGDĐ, doanh thu và lợi nhuận sụt giảm đáng kể. Cụ thể, doanh thu giảm 4% so với cùng kỳ năm 2022, còn lợi nhuận sau thuế giảm 98%. Nguyên nhân có thể bắt nguồn từ sự thiếu linh hoạt giữa các bộ phận trong việc điều chỉnh chiến lược kinh doanh khi nhu cầu tiêu dùng thay đổi, đặc biệt trong bối cảnh kinh tế khó khăn.
* Việc công ty áp dụng mô hình theo chức năng khiến các bộ phận như marketing, tài chính và bán hàng không phối hợp nhanh chóng để điều chỉnh chiến lược, từ đó ảnh hưởng đến doanh thu.

1. **Mâu thuẫn nội bộ trong quản lý cửa hàng**

* TGDĐ có hơn 3.200 cửa hàng trên toàn quốc, và sự phân chia các bộ phận theo chức năng dẫn đến những xung đột về quản lý nguồn lực. Ví dụ, trong báo cáo tài chính năm 2022, ban lãnh đạo đã chỉ ra một số vấn đề trong việc phân phối sản phẩm và dịch vụ giữa các vùng miền. Việc các bộ phận logistics, marketing và tài chính hoạt động tách rời gây ra những khó khăn trong việc đảm bảo đủ nguồn hàng và tối ưu hóa doanh số tại các địa phương.

1. **Khả năng phản ứng với thị trường chậm**

* Một ví dụ rõ ràng về sự chậm trễ trong phản ứng của TGDĐ là việc mở rộng sang lĩnh vực bán lẻ điện thoại và thiết bị điện tử gặp khó khăn khi các đối thủ như FPT Shop và CellphoneS nhanh chóng chiếm thị phần. Sự phân chia chức năng trong nội bộ TGDĐ có thể đã cản trở quá trình ra quyết định, đặc biệt là trong thời điểm thị trường yêu cầu những hành động nhanh chóng. Báo cáo năm 2022 cho thấy tăng tổng doanh thu ngành điên thoai của TGDĐ chỉ đat 1%

1. **Phát sinh chi phí quản lý lớn**

* Một trong những nhược điểm khác của mô hình chức năng tại TGDĐ là chi phí quản lý gia tăng. Theo báo cáo, chi phí quản lý doanh nghiệp của công ty năm 2022 là 4.342 tỷ đồng, tăng 12% so với năm trước đó. Mô hình chức năng có thể đã tạo ra các tầng lớp quản lý phức tạp, khiến chi phí vận hành cao và ảnh hưởng đến lợi nhuận.

1. **GIẢI PHÁP KHẮC PHỤC NHƯỢC ĐIỂM CỦA MÔ HÌNH QUẢN TRỊ THEO CHỨC NĂNG TẠI THẾ GIỚI DI ĐỘNG**
2. **Tăng cường giao tiếp và hợp tác liên phòng ban.**

Thiết lập cơ chế giao tiếp liên phòng ban: Tổ chức các cuộc họp định kỳ giữa các trưởng bộ phận như marketing, bán hàng, tài chính, và kho vận. Các cuộc họp này có thể diễn ra hàng tuần hoặc hàng tháng để đánh giá tiến độ, giải quyết các vấn đề liên phòng ban và cập nhật các thông tin quan trọng.

Xây dựng hệ thống thông tin nội bộ: Phát triển một hệ thống giao tiếp nội bộ dựa trên nền tảng công nghệ, chẳng hạn như sử dụng phần mềm quản lý dự án (như Trello, Asana, Monday.com) hoặc nền tảng quản lý công việc (như Microsoft Teams, Slack) để chia sẻ tiến độ công việc và thông tin giữa các phòng ban. Điều này giúp giảm thiểu sự phụ thuộc vào các cuộc họp trực tiếp và tạo điều kiện cho nhân viên nắm bắt thông tin kịp thời.

Đào tạo về giao tiếp liên phòng ban: Thường xuyên tổ chức các buổi đào tạo về kỹ năng giao tiếp hiệu quả giữa các phòng ban, tập trung vào việc giúp nhân viên và quản lý hiểu rõ vai trò của sự hợp tác, chia sẻ thông tin trong việc đạt được mục tiêu chung của doanh nghiệp.

1. **Phân quyền linh hoạt hơn trong ra quyết định.**

Áp dụng cơ chế phân quyền dựa trên mức độ quyết định: Xác định các loại quyết định mà từng phòng ban có thể tự ra quyết định mà không cần phải thông qua quản lý cấp cao.

Ví dụ, bộ phận bán hàng có thể tự điều chỉnh các chương trình khuyến mãi hoặc chính sách giảm giá trong một khoảng giới hạn mà không cần xin ý kiến từ ban giám đốc.

Xây dựng ma trận phân quyền rõ ràng: Thiết lập một ma trận phân quyền rõ ràng, trong đó xác định quyền hạn của từng cấp quản lý và từng bộ phận. Điều này giúp đảm bảo rằng các cấp quản lý có thể tự quyết định trong phạm vi quyền hạn của mình mà không cần quá phụ thuộc vào việc phê duyệt từ cấp trên, giảm bớt sự chậm trễ trong quá trình ra quyết định.

Thiết lập hệ thống đánh giá và kiểm soát tự động: Sử dụng các công cụ phần mềm tự động để kiểm soát và theo dõi các quyết định của từng phòng ban, giúp ban lãnh đạo nắm rõ tình hình mà không cần can thiệp trực tiếp vào từng quyết định nhỏ.

Ví dụ, hệ thống ERP có thể theo dõi hiệu quả tài chính hoặc kinh doanh mà không cần cấp trên phải phê duyệt từng khoản chi.

1. **Áp dụng công nghệ vào quản lý.**

Áp dụng hệ thống ERP (Enterprise Resource Planning): Sử dụng hệ thống quản lý nguồn lực doanh nghiệp ERP để tự động hóa các quy trình kinh doanh, tích hợp dữ liệu từ các phòng ban khác nhau vào một nền tảng duy nhất. Điều này giúp tăng tính minh bạch, giảm thiểu sự trùng lặp và đảm bảo rằng các quyết định được dựa trên dữ liệu toàn diện.

Tích hợp CRM (Customer Relationship Management): Hệ thống CRM giúp quản lý thông tin khách hàng hiệu quả, cung cấp dữ liệu tức thời cho bộ phận marketing, bán hàng và chăm sóc khách hàng, giúp họ phối hợp với nhau tốt hơn và phản hồi kịp thời nhu cầu của khách hàng.

Phân tích dữ liệu lớn (Big Data Analytics): Sử dụng công nghệ phân tích dữ liệu lớn để thu thập và phân tích dữ liệu từ nhiều nguồn khác nhau như hành vi mua sắm của khách hàng, xu hướng tiêu dùng, từ đó đưa ra các quyết định chiến lược phù hợp. Điều này giúp công ty có cái nhìn toàn diện và sâu sắc hơn về khách hàng và thị trường.

1. **Khuyến khích sự sáng tạo và đổi mới.**

Tổ chức chương trình "Ý tưởng sáng tạo": Tạo ra các chương trình khuyến khích nhân viên đưa ra ý tưởng mới trong công việc, không phân biệt chức vụ hay phòng ban. Những ý tưởng tốt sẽ được trao giải thưởng hoặc cơ hội thăng tiến, giúp thúc đẩy tinh thần sáng tạo trong toàn doanh nghiệp.

Thành lập nhóm dự án đổi mới: Xây dựng các nhóm dự án liên phòng ban, nơi tập trung các nhân viên từ nhiều bộ phận khác nhau để giải quyết các vấn đề cụ thể hoặc đưa ra giải pháp sáng tạo cho một sản phẩm/dịch vụ mới. Điều này giúp tạo ra sự giao thoa giữa các phòng ban, kết hợp các kỹ năng đa dạng và góc nhìn khác nhau để đạt được kết quả tốt hơn.

Đào tạo và phát triển kỹ năng sáng tạo: Tổ chức các khóa học và buổi hội thảo về tư duy sáng tạo, khuyến khích nhân viên tiếp cận các phương pháp giải quyết vấn đề mới mẻ và sáng tạo. Điều này sẽ giúp mở rộng tầm nhìn và khả năng sáng tạo của nhân viên trong doanh nghiệp.

1. **Cải thiện đánh giá hiệu suất và hiệu quả toàn diện.**

Áp dụng hệ thống KPI (Key Performance Indicators) đa chiều: Xây dựng hệ thống KPI không chỉ dựa trên số liệu của từng bộ phận mà còn xem xét sự đóng góp của từng bộ phận vào mục tiêu chung của doanh nghiệp.

Ví dụ, ngoài chỉ tiêu về doanh số, có thể thêm các chỉ tiêu về sự hài lòng của khách hàng, hiệu suất vận hành, hoặc khả năng hợp tác giữa các phòng ban.

Tích hợp đánh giá 360 độ: Thực hiện phương pháp đánh giá 360 độ, trong đó nhân viên được đánh giá từ nhiều góc độ bao gồm quản lý, đồng nghiệp, và chính họ. Điều này giúp cung cấp cái nhìn toàn diện hơn về hiệu suất làm việc, bao gồm cả khả năng hợp tác, sáng tạo và đóng góp vào chiến lược chung.

Đánh giá hiệu quả theo mục tiêu chiến lược: Định kỳ đánh giá hiệu quả của từng bộ phận dựa trên các mục tiêu chiến lược của công ty thay vì chỉ tập trung vào các chỉ tiêu tài chính ngắn hạn. Điều này giúp đảm bảo rằng tất cả các bộ phận đều làm việc hướng đến mục tiêu dài hạn của doanh nghiệp.

1. **LIÊN HỆ THỰC TIỄN**