



TIỂU - GIAO TIẾP KINH Doanh - PHẠM THỊ THÙY Trang -312010 21967

Giao tiếp kinh doanh (Trường Đại học Kinh tế Thành phố Hồ Chí Minh)

ĐẠI HỌC UEH
TRƯỜNG KINH DOANH
KHOA KINH DOANH QUỐC TẾ - MARKETING

UEH
UNIVERSITY

GIAO TIẾP KINH DOANH

TIỂU LUẬN KHÔNG THUYẾT TRÌNH

Giảng viên phụ trách:

Nguyễn Thế Hùng

Mã lớp học phần:

22C1BUS50304402

Sinh viên thực hiện:

Phạm Thị Thuỳ Trang

MSSV:

31201021967

Lớp:

KM002

TP Hồ Chí Minh, ngày 19 tháng 12 năm 2022

MỤC LỤC

MỤC LỤC	2
NỘI DUNG	3
PHẦN I: BÀI TẬP TRẮC NGHIỆM (3 điểm)	3
PHẦN II: BÀI TẬP TÌNH HUỐNG (4đ)	7
Bài 1 (2đ)	7
TRẢ LỜI	7
Bài 2:(2đ)	10
TRẢ LỜI	10
PHẦN III: (3đ) BÀI TẬP THỰC HÀNH KỸ NĂNG VIẾT	12
TÀI LIỆU THAM KHẢO.....	15
CHECK ĐẠO VĂN	16

NỘI DUNG

PHẦN I: BÀI TẬP TRẮC NGHIỆM (3 điểm)

1. Nguyên tắc ABC trong truyền thông giao tiếp kinh doanh là:

- a. Accuracy-Brevity-Clear
- b. Accuracy-Brevity-Clarity
- c. Accuracy-Brainstorm-Clarity
- d. Analyse-Brainstorm-Choose

Đáp án: B.

Giải thích: “Nguyên tắc ABC được đề cập trong truyền thông giao tiếp kinh doanh bao gồm tính Chính xác (Accuracy), Ngắn gọn nhưng đầy đủ giá trị (Brevity) và cuối cùng là đảm bảo thông tin cần truyền đạt trong giao tiếp kinh doanh phải Rõ ràng, chuẩn xác (Clarity), tránh những từ ngữ mơ hồ”

2. Giao tiếp trong kinh doanh theo kiểu “LITTLE WIN-LITTLE LOSE” là kiểu giao tiếp :

- a. Cộng tác
- b. Thỏa hiệp
- c. Điều khiển
- d. Nhượng bộ

Đáp án: B.

Giải thích: “LITTLE WIN – LITTLE LOSE” là kiểu giao tiếp thỏa hiệp khi mà mục đích của kiểu giao tiếp này nhằm vào quan điểm vào một số lượng thắng lợi nhỏ và một phần nhỏ thua thiệt. Cụ thể, trong kiểu thực hiện này sẽ được chấp thuận cả hai bên để thực hiện quan điểm chung thua ít – thắng ít khi mà bất khả thi trong việc đưa ra kết quả thắng – thắng.

3. Nguyên tắc AIDA thường được sử dụng khi:

- a. Diễn thuyết
- b. Quảng cáo

c. Viết thư chào hàng

d. Cả a,b,c đều đúng

Đáp án: D.

Giải thích: “Nguyên tắc AIDA viết tắt của Attention (Thu hút), Interest (Thích thú), Desire (Khao Khát), Action (Hành động). Đặc biệt ở nguyên tắc này thường được sử dụng rộng rãi trong hoạt động tiếp thị và quảng cáo, đồng thời mô tả được diễn biến tâm lý cơ bản nhất của khách hàng cho nên nguyên tắc này vẫn được sử dụng trong viết thư chào hàng. Không những vậy, thành công của một bài diễn thuyết cũng cần sự nghiên cứu, khai thác tính thu hút, thích thú của người nghe từ đó tìm ra phương thức hành động hiệu quả.”

4. CHÀO HÀNG với mục đích thông báo về lượng hàng dự định bán hay về một sản phẩm mới là loại thông điệp:

a. Thuyết phục

b. Tích cực

c. Thiện chí

d. Cả a, b,c đều đúng

Đáp án: D.

Giải thích: “Chào hàng bán trên thị trường đòi hỏi truyền tải sự thu hút đến cho khách hàng nhận được nó chính là sự thuyết phục tin dùng đối với họ. Thứ hai, việc truyền tải nội dung sản phẩm phải mang tính hướng đến khách hàng, sự tích cực, nhiệt tình đồng thời thiện chí thông điệp truyền tải”

5. Trong 7 vũ khí thương thuyết không có:

a. Hạn chót

b. Phần thưởng

c. Kiến thức

d. Kỹ năng

Đáp án: D.

Giải thích: “7 vũ khí tạo sức mạnh khi thương thuyết: Thời hạn - Đưa ra các giải pháp lựa chọn - áp lực chịu rủi ro - kiến thức - phần thưởng - bị phạt - mối quan hệ”

6. Dưới đây là những nét đặc trưng trong văn hóa giao tiếp kinh doanh của người Phương Đông ngoại trừ:

a. Tính tập thể

b. Tính kế thừa

c. Tính thách thức

d. Tính biểu cảm

Đáp án: C.

Giải thích: “Do các đáp án trên trừ tính thách thức thể hiện tính tự chủ, độc lập, đề cao chủ nghĩa cá nhân của phương Tây, họ luôn khám phá và phát triển bản thân ở nhiều khía cạnh khác mạo hiểm hơn nhờ tính thách thức”.

7. Trong kinh doanh, khi thuyết phục người khác, nên:

a. Sử dụng ngôn ngữ của riêng mình

b. Sử dụng ngôn ngữ của người thứ ba

c. Sử dụng ngôn ngữ của người nghe

d. Tùy từng trường hợp cụ thể

Đáp án: D

Giải thích: “*Khi giao tiếp, mỗi ngôn ngữ dùng để thuyết phục phải đúng vai, đúng vị trí xưng hô, nhất là đúng với hoàn cảnh đưa ra lời thuyết phục để lựa chọn vị trí nào là hiệu quả nhất*”

8. Anh mua thêm cái cà vạt này, em thấy ai mua áo ở đây cũng mua thêm cà vạt luôn cho hợp. Đỡ mất công mua chỗ khác anh ơi”. Đó là chiến thuật:

a. Nhử mồi

b. Bài ca không quên

c. SALAMI

d. Nước chảy đá mòn

Đáp án: C.

Giải thích: “Chiến thuật Salami là một cách thức bắt đầu từ những đòi hỏi lớn và kèm theo những đòi hỏi nhỏ từ từ đạt tới. Như trường hợp này, người đàn ông từ mua áo lấy kèm theo cà vạt, từ những mục đích lớn đi kèm mục đích nhỏ”.

9. “Đạo này hàng về ít lắm, chi phí vận chuyển cao, thuế lại sắp tăng thêm. Anh do dự không mua thì sau này muốn mua cũng không có đâu”. Đó là chiến thuật:

a. Nhử mồi

b. Chi vẽ

c. Rung cây nhát khi

d. Tạo ra sự cạnh tranh

Đáp án: C.

Giải thích: “Chiến thuật Rung cây nhát khi đặc biệt trong giao tiếp được sử dụng đánh vào tâm lý yếu cùng với các thông tin mang tính hạn chế với người nghe, họ luôn đưa ra những lý do đủ mạnh để khiến người nghe phải lung lay và đồng ý với họ”.

10. C.V chính xác là:

a. Bản mô tả công việc đã làm.

b. Sơ yếu lý lịch.

c. Bản tóm tắt các thông tin cá nhân, kinh nghiệm làm việc, hoạt động, giải thưởng, kỹ năng...

d. Bản tóm tắt về kinh nghiệm làm việc.

Đáp án: C.

Giải thích: “Đây là câu lựa chọn đầy đủ nhất trong 4 đáp án được đưa ra”

PHẦN II: BÀI TẬP TÌNH HUỐNG (4đ)

Bài 1 (2đ) Đây là tình huống xảy ra tại công ty Cường Lực. Giám đốc bán hàng của công ty xin nghỉ dài hạn để đi chữa bệnh ở nước ngoài nên doanh số bán hàng của công ty bị giảm sút, đặc biệt trong giai đoạn hậu dịch bệnh Covid-kinh tế khó khăn. Giám đốc công ty Cường Lực cố gắng tuyển gấp một giám đốc bán hàng mới nhưng vẫn chưa tìm được. Đúng lúc đó, ông nhận được đơn ứng tuyển của một người mà năng lực và các yêu cầu khác đều phù hợp với vị trí này. Tuy nhiên, đó là một nhân sự cao cấp của công ty Hải Hùng đang là khách hàng của Cường Lực. Đây là khách hàng quan trọng và mang lại doanh số lớn cho công ty. Nếu tuyển dụng người đó thì ông giám đốc có thể sẽ làm mất lòng công ty khách hàng. Nếu bạn là giám đốc công ty Cường Lực, bạn sẽ sử dụng những kỹ năng giao tiếp thế nào để giải quyết vấn đề này?

TRẢ LỜI

Hướng giải quyết:

Theo quan điểm cá nhân của tôi, *tùy thực trạng kinh doanh giảm sút của công ty ở mức độ nào*, nếu như không còn cách nào hoặc thời gian tìm nguồn nhân lực trễ hạn có thể dẫn đến tình hình hết sức xấu cho công ty Cường Lực, tôi nghĩ rằng Công ty Cường Lực có thể dùng tạm thời nhân sự ở công ty khách hàng. Nếu công ty Cường Lực đang thực sự thuê nhân viên của khách hàng (nghĩa là bạn làm việc trong ngành kinh doanh giữa doanh nghiệp với doanh nghiệp (B2B) và khách hàng của bạn là các doanh nghiệp khác), khách hàng của bạn có thể bày tỏ sự thất vọng. Hãy cẩn thận và bước đi nhẹ nhàng trong trường hợp này. Thuê quá nhiều (hoặc thuê nhân viên giỏi nhất của họ) có thể đồng nghĩa với việc mất khách hàng. Lưu ý rằng tùy thuộc vào mối quan hệ với khách hàng, có thể có nhiều cách để giảm thiểu hậu quả trong tình huống này. Tính minh bạch có thể hữu ích. Tùy thuộc vào ngành mà tình huống hai công ty này đưa ra, có thể có những trở ngại về đạo đức hoặc pháp lý đối với việc thuê khách hàng, nhưng đảm bảo điều kiện làm việc tạm thời và cẩn thận những điều sau đây:

- Đảm bảo rằng không có điều khoản nào trong hợp đồng của công ty Cường Lực với Công ty khách hàng Hải Hùng cấm việc thuê nhân viên của khách hàng.
- Cam kết chỉ thực hiện sử dụng nhân viên trong ngắn hạn để ổn định tình hình cho hoạt động kinh doanh vì mục tiêu và lợi ích chung của hai bên, chờ đến khi giám đốc bán hàng quay trở lại.
- Kiểm tra khung thời gian để biết bất kỳ hạn chế tuyển dụng nào.
- Bất kể không có hạn chế bằng văn bản về việc thuê nhân viên của khách hàng, công ty nên kiểm tra với khách hàng để đảm bảo khách hàng không có ý kiến gì hoặc cảm thấy vấn đề có quá lớn tổn thất nhiều hay không.
- Phân tích những lợi ích mà đối tác của cả hai công ty khi chuyển giao nhân viên tạm thời cho tình trạng hợp tác của hai công ty không bị tác động tiêu cực như sau:

+ Ví dụ, nhân viên mới đó đã quen thuộc với ngành này. Họ sẽ yêu cầu đào tạo ít hơn, điều này có thể dẫn đến năng suất nhanh hơn. Bởi vì người đó ở phía bên kia của mối quan hệ kinh doanh, họ có thể mang đến cái nhìn sâu sắc độc đáo về nhu cầu và mong muốn của khách hàng để có thể cải thiện sản phẩm và dịch vụ của bạn.

+ Nhân viên của công ty Hải Hùng là khách hàng của công ty Cường Lực có thể đã biết những người trong nhóm hoạt động của công ty bạn, điều này có thể giúp quá trình chuyển đổi dễ dàng hơn. Họ cũng đã quen thuộc với sản phẩm hoặc dịch vụ của bạn. Nhân viên của khách hàng thậm chí có thể biết hoặc có mối quan hệ với các khách hàng khác, điều này có thể mang lại lợi ích cho công ty của bạn.

+ Ngoài ra, vì kiến thức về cách sử dụng nó, họ có thể bán và quảng bá nó rất tốt.

+ Kết nối tích hợp sẵn của khách hàng với tổ chức có thể dẫn đến tỷ lệ duy trì cao hơn.

Tuy nhiên, nếu tình hình công ty không quá gấp gáp đến mức độ phải gần như không thể vực dậy tình hình kinh doanh, Công ty Cường Lực cần xem xét và tìm nguồn nhân sự ở vị trí này khác do những vấn đề lớn sau đây mà công ty phải đối mặt.

- Tất nhiên, có thể có những vấn đề tiềm ẩn khi thuê nhân viên của khách hàng. Ngoài tình trạng tiến thoái lưỡng nan về mặt đạo đức khi sử dụng nhân viên của khách hàng Hải Hùng, có thể có những xung đột lợi ích cần được khám phá. Nếu không cẩn thận, công ty Cường Lực có thể trở thành đồng phạm trong một vụ kiện chống lại nhân viên.
- Nhân viên công ty khách hàng Hải Hùng có thể đã ký một hoặc nhiều hợp đồng lao động có thể gây ra một số vấn đề pháp lý. Ví dụ: họ có thể đã ký một thỏa thuận không cạnh tranh có thể ngăn cản nhân viên này nhận công việc với công ty Cường Lực. Các hợp đồng và thỏa thuận lao động khác có thể ngăn cản một cá nhân thực hiện tất cả các nhiệm vụ cần thiết cho công việc.
- Nhân viên ở công ty khách hàng có thể quen thuộc với tổ chức của công ty Cường Lực, nhưng kinh nghiệm làm việc của họ có thể không phù hợp với những gì mà chính công ty thường tìm kiếm. Có thể có những lĩnh vực ngoài kiến thức về sản phẩm mà họ sẽ cần được đào tạo thêm.
- Nếu nhân viên của công ty khách hàng của Cường Lực đã làm việc trong ngành của chính công ty, họ có thể có một thỏa thuận không cạnh tranh rằng công ty sẽ phải đợi trước khi họ có thể nhận việc với Cường Lực. Điều đó có thể làm cho quá trình tuyển dụng trở nên phức tạp hoặc thậm chí là không thể thực hiện được trong thời gian ngắn.

⇒ Tôi cho rằng cho dù Công ty Cường Lực có nói chuyện trước với khách hàng là Hải Hùng hay để khách hàng biết sau khi công ty đã sử dụng và thuê nhân viên của họ, thì kết quả có thể rất tai hại. Họ có thể mất công việc kinh doanh từ khách hàng do nguồn thu lớn kể cả lương chi trả cho nhân viên cũng đến từ hoạt động của họ. Nếu khách hàng đó là một trong những khách hàng tốt nhất và mang lại nhiều lợi nhuận nhất cho công ty Cường Lực thì tổn thất tiềm năng cho công ty của họ có thể lớn hơn bất kỳ lợi ích tiềm năng nào khi thuê người đó.

Bài 2:(2đ) Đây là tình huống của anh Hùng, một nhân viên bán hàng của công ty Thái Dương. Anh ta và một đồng nghiệp làm về mảng nội thất đi kí hợp đồng với một khách hàng nước ngoài. Đối tác là người Hàn Quốc đã đồng ý với bản thiết kế và phương án vật liệu nhưng muốn giảm giá. Lúc đó, cô phiên dịch tiếng Hàn ra ngoài nghe điện thoại. Anh ta quay sang trao đổi với đồng nghiệp rằng có thể giảm giá cho khách hàng nhưng sẽ thay đổi vật liệu khi thi công vì chất lượng cũng không ảnh hưởng nhiều lắm. Ngay lúc đó, cô phiên dịch quay trở vào nói chuyện với vị khách kia. Ông khách cũng trả lời lại với cô bằng tiếng Việt rất sôi. Anh Hùng sửng sốt vì biết chắc những điều mình vừa nói với đồng nghiệp thì người khách hàng kia đều hiểu hết. Ông khách nhìn anh Hùng bằng ánh mắt nghi ngờ. Anh Hùng cần phải làm như thế nào để giải thích với khách hàng về việc công ty mình không đề xuất phương án giá thành rẻ hơn cho khách hàng ngay từ ban đầu và đảm bảo chất lượng thi công cho dù khách hàng lựa chọn phương án nào đi nữa.

TRẢ LỜI

Trong mối quan hệ kinh doanh, mỗi bên hợp tác phải đều đề cao sự trung thực. Chính vì vậy, anh Hùng cần rõ ràng trong mọi thỏa thuận hợp tác về các thông tin rõ ràng sản phẩm của mình, có thể giải thích cho việc mình đưa ra sản phẩm thay thế đó chính là phương pháp để giúp khách hàng có sự lựa chọn tốt nhất. Đầu tiên, anh Hùng nên đưa ra phương án bằng cách:

Bước đầu tiên là đồng ý với khách hàng rằng mức giá này đưa ra có thể là cao so với kỳ vọng của khách hàng cho nên khách hàng mới có khuynh hướng muốn giảm giá cho chi phí mình đưa ra. Điều này khiến khách hàng người Hàn cảm thấy như anh Hùng

đang nhượng bộ. "Bạn nói đúng. Sản phẩm của chúng tôi đắt tiền," Sau đó, thay vì thương lượng giá cả, hãy tập trung vào những gì bạn sẽ làm cho anh ấy trong dịch vụ khách hàng hoặc sự chú ý. "Bạn đang nhận được rất nhiều cho cái giá mà bạn phải trả, nhưng tôi hoàn toàn đồng ý với bạn," anh Hùng nói. "Hay là chúng tôi cung cấp cho công ty của bạn một giờ hướng dẫn miễn phí về cách tận dụng tối đa sản phẩm của chúng tôi." Điều này làm là thay đổi lập luận thành thứ mà bạn có thể thương lượng được. Nếu khách hàng bắt đầu mặc cả với bạn về điều này, đừng ngại nhượng bộ một chút. Điều này sẽ khiến anh ấy cảm thấy như mình đã thắng trận, và anh ấy sẽ cảm thấy mình đã thành công. Đó là khi bạn nói, "Được rồi, anh hiểu rồi. Tôi cần anh ký hợp đồng ở đây để chúng ta bắt đầu." Chúng ta thường cho rằng mình sẽ mua được sản phẩm tốt hơn khi trả giá cao hơn. Khen ngợi khách hàng của bạn bằng cách nói rằng công việc kinh doanh của anh ấy sẽ tuyệt vời như thế nào và bạn chỉ mong anh ấy mua hàng trên kệ hàng.

Thứ hai, mở ra các dịch vụ sản phẩm thay thế như cách ông Hùng đề xuất nhưng về phương án thay thế tiết kiệm này, ông Hùng và khách hàng người Hàn cần xem xét kỹ và so sánh đánh giá cả 2 sản phẩm để phù hợp với chi phí và thời gian khấu hao. Tuy nhiên, giải thích cho việc thực hiện đó như sau:

- Không thực hiện giảm giá sản phẩm của công ty mình -thay vào đó, hãy cung cấp nhiều sản phẩm mới được ra mắt vào thời gian gần đây và cũng đáp ứng những tiêu chí cơ bản mà bên khách đề ra nhưng có giá trị thấp hơn. Bằng cách đó, khi khách hàng nói rằng thứ gì đó quá đắt, ông Hùng có thể trả lời: "Tôi hoàn toàn hiểu. Với giá thấp hơn 200 đô la, chúng tôi có thể cung cấp cho bạn phiên bản sản phẩm không có X hoặc Y. Sau đó, khi bạn đã sẵn sàng, chúng tôi có thể nâng cấp bạn lên phiên bản bạn muốn." Để nhằm tăng khả thi cho phương án thay thế này, ông Hùng nên đưa ra cụ thể những vật liệu, màu sắc dùng thay thế với mức khác biệt không đáng kể nhưng lại giảm thiểu chi phí nhiều cho khách hàng để kích thích họ. Đồng thời, ông Hùng nên đưa thêm vào đó là nếu như khách hàng người Hàn này quyết định sử dụng vật liệu thay thế này có thể giảm thiểu chi phí bao nhiêu % so với vật liệu trước đó, cho thấy tần suất mua hàng sản phẩm này nhiều

hơn sản phẩm cũ như thế nào và hơn hết đánh mạnh rằng ông Tuấn sẽ dành nhiều ưu ái cho khách hàng nếu sử dụng vật liệu thay thế này bằng những ưu đãi cho sản phẩm mới này vào lần sau mà khách hàng vẫn muốn mua. Và ông Hùng nên đề cập lý do mình đưa thêm phương án này là do ông trân trọng mối quan hệ hợp tác này đồng thời mong muốn được tin dùng từ khách hàng với châm ngôn đảm bảo vừa túi tiền nhất cho bất kỳ phân khúc khách hàng nào.

⇒ Điều này bảo vệ ông Hùng theo hai cách. Đầu tiên, ông sẽ không bị buộc phải suy nghĩ về mức độ thấp mà ông muốn trong một cuộc đàm phán. Thứ hai, khách hàng ngừng nghĩ rằng sẽ ông Hùng đã thay đổi theo đúng ý kiến mình. Với việc cung cấp sản phẩm rộng hơn, có thể giải quyết khiếu nại về việc không đủ khả năng mua sản phẩm của mình mà vẫn giữ được giá trị của mình. Người mua vẫn có thể thực hiện thỏa thuận và sau đó ông Hùng sẽ có anh ta trong một hợp đồng mà ông có thể nâng cấp sau này.

PHẦN III: (3đ) BÀI TẬP THỰC HÀNH KỸ NĂNG VIẾT

“Công ty XOAI.LAC chuyên kinh doanh về các mặt hàng thực phẩm khô đóng gói đang có nhu cầu tuyển dụng các giám sát bán hàng khu vực tại TP.HCM, Bình Dương và Đồng Nai. Bạn là sinh viên mới tốt nghiệp UEH và trước đây đã từng có thời gian làm nhân viên bán hàng. Bạn hãy viết thư ứng tuyển cho vị trí công việc này”

BÀI LÀM

Đến:

Phòng nhân sự Công ty XOAI.LAC

Đường Phạm Thế Hiển, phường 6, quận 8, Tp Hồ Chí Minh

PHẠM THỊ THÙY TRANG



29/06/2002



0855679904



phamthithuytrang8375@gmail.com



Hòa Hảo, Quận 10, TP Hồ Chí Minh

TP Hồ Chí Minh, ngày 19 tháng 12 năm 2022

THƯ ỨNG TUYỂN VỊ TRÍ GIÁM SÁT BÁN HÀNG

Kính gửi: Bộ phận Nhân sự công ty XOAI.LAC,

Tôi tên là Thùy Trang, tôi liên hệ đến quý Công ty khi được biết rằng quý Công ty XOAI.LAC đang mở tuyển dụng một số vị trí, trong đó có vị trí giám sát bán hàng tại các khu vực tại Tp Hồ Chí Minh, Bình Dương và Đồng Nai mà tôi tìm thấy trên Indeed.com. Tôi rất quan tâm đến vị trí này và sẽ đánh giá cao sự cân nhắc của quý Công ty với tư cách là một ứng viên cho vai trò này của quý Công ty XOAI.LAC.

Tôi vừa thực hiện tốt nghiệp Cử nhân Kinh doanh thương mại tại Trường Kinh doanh thuộc Đại học UEH vào tháng 11/2022 với mức GPA là 3.6/4.0. Ngoài ra, tôi đã được chứng nhận các chứng chỉ quốc tế liên quan đến ngành học hỗ trợ cho các kỹ năng đảm bảo cho tôi đầy đủ kiến thức chuyên môn như:

- Kỹ năng Tiếng Anh: IELTS 7.5 (2021)
- Chứng chỉ Tin học (2021)

Các chứng chỉ phục vụ cho kiến thức “Bán hàng, hoạt động Marketing”:

- Chứng chỉ Digital Marketing pro của Digital Marketing Institute cấp. (2022)
- Chứng chỉ Marketing SEO. (2022)

Trong năm hai đại học, tôi đã có cơ hội trải qua thời gian làm nhân viên bán hàng về các sản phẩm trái cây xuất nhập khẩu từ tháng 06/2019 đến tháng 10/2021 tại Công ty hàng đầu xuất nhập khẩu trái cây Cevis. Đây là công việc bán hàng đầu tiên tạo điều kiện để tôi được hiểu rõ hơn về các quy trình bán hàng, các kỹ năng phục vụ tốt hơn trong lĩnh vực này, mở rộng mối quan hệ trong từng giao tiếp với khách hàng. Hơn hết, tôi cũng có thêm cho mình những bài học kinh nghiệm giải quyết các vấn đề của khách hàng phù hợp và nhạy bén trong từng trường hợp. Trong thời gian tôi làm việc, khách hàng cảm thấy hài lòng và trở thành khách hàng tin dùng cho công ty nhờ vào kỹ năng của mình. Đặc biệt, tôi đã thực hiện một dự án bán hàng quan trọng cho công ty vào ngày 29/06/2020 về nội dung “Giải quyết hàng tồn đọng lượng trái cây xuất khẩu”, đây là dự án mà tôi được đánh giá cao bởi các giám đốc điều hành cấp cao của Cevis dựa trên những nỗ lực và sự nhiệt tình của mình.

Tôi luôn đặt ra định hướng lâu dài cho mình là lĩnh vực giám sát bán hàng, đây cũng là chuyên môn mà công ty XOAILAC đang phát triển. Do đó, tôi sẵn sàng trở thành một phần của công ty với mong muốn học hỏi, chuẩn bị hết sức lượng kiến thức mình sẵn có và tâm thế vào những vấn đề mới hơn mà tôi tin rằng công ty XOAILAC sẽ là cơ hội đáng giá để tôi trau dồi thêm kinh nghiệm, kỹ năng nhằm mục đích nâng cao vị thế công ty XOAILAC và hướng đến XOAILAC ngày càng phát triển vững mạnh.

Lời cuối cùng, tôi chân thành cảm ơn công ty XOAILAC đã dành ra thời gian quý báu để xem xét thư này. Tôi rất mong có thể được quý Công ty tạo điều kiện cho tôi buổi phỏng vấn trao đổi để quý vị có thể nhận thấy tiềm năng nhiều hơn nữa về bản thân tôi. Kính chúc quý Công ty XOAILAC ngày càng thành công và phát triển.

Trân trọng kính chào,
Phạm Thị Thùy Trang

TÀI LIỆU THAM KHẢO

CHECK ĐẠO VĂN

TLOTT - GIAO TIẾP KINH DOANH - PHẠM THỊ THÙY TRANG -31201021967

ORIGINALITY REPORT

15%

SIMILARITY INDEX

15%

INTERNET SOURCES

0%

PUBLICATIONS

0%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

www.coursehero.com

Internet Source

8%

2

www.studocu.com

Internet Source

4%

3

doinhanxuthe.wordpress.com

Internet Source

3%

Exclude quotes On

Exclude matches < 100 words

Exclude bibliography On