

# BASIC DMS TRAINING

Present for DMSpro's new member



# ▲ MỘT SỐ LƯU Ý TRONG THỜI GIAN HUẤN LUYỆN



Không sử dụng  
điện thoại di  
động hoặc để  
chế độ im lặng



Giữ trật tự  
và im lặng  
trong suốt  
thời gian  
huấn luyện



Ghi chép các  
nội dung  
quan trọng



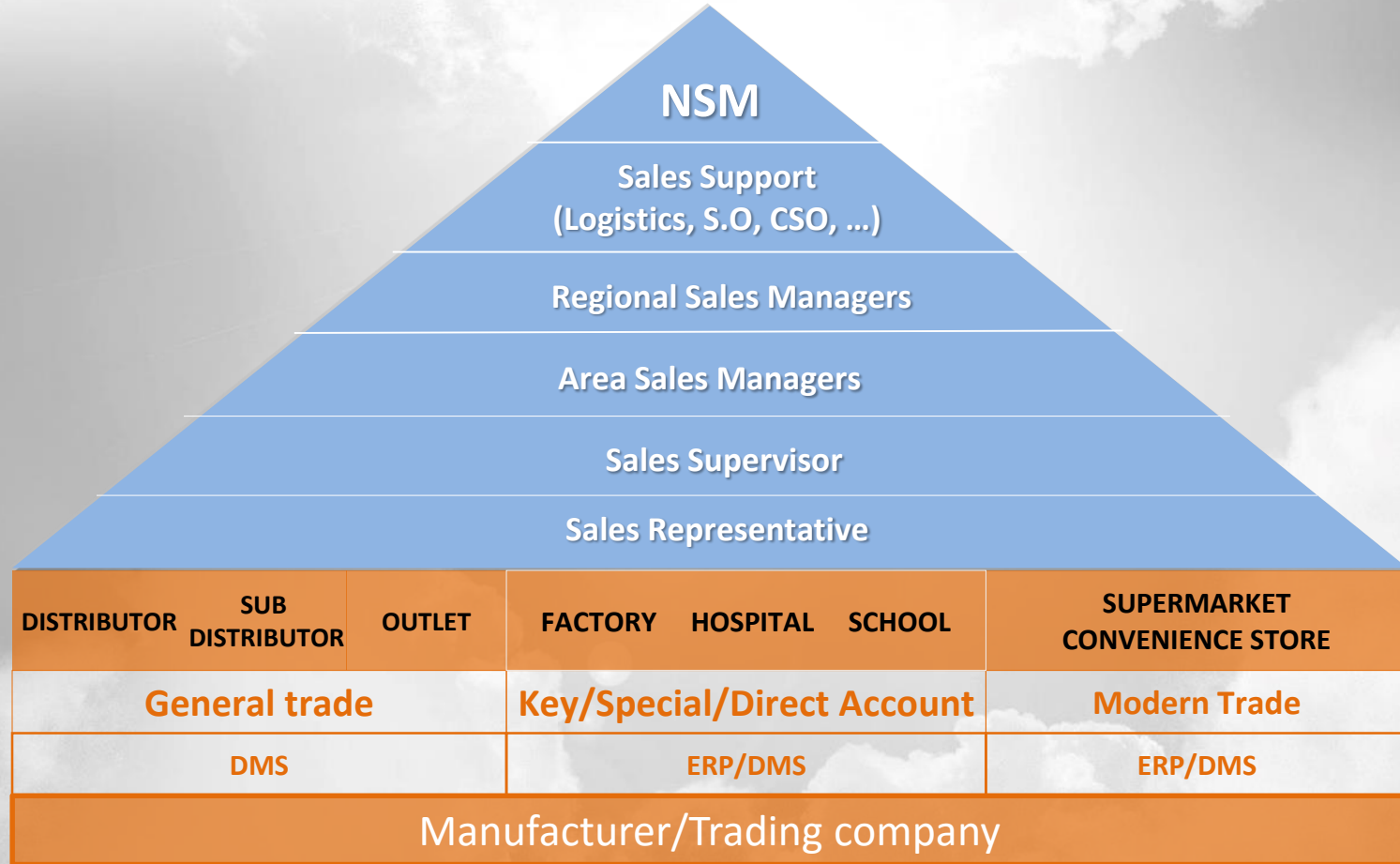
Giơ tay phát  
biểu ý kiến  
khi cần thiết



## AGENDA

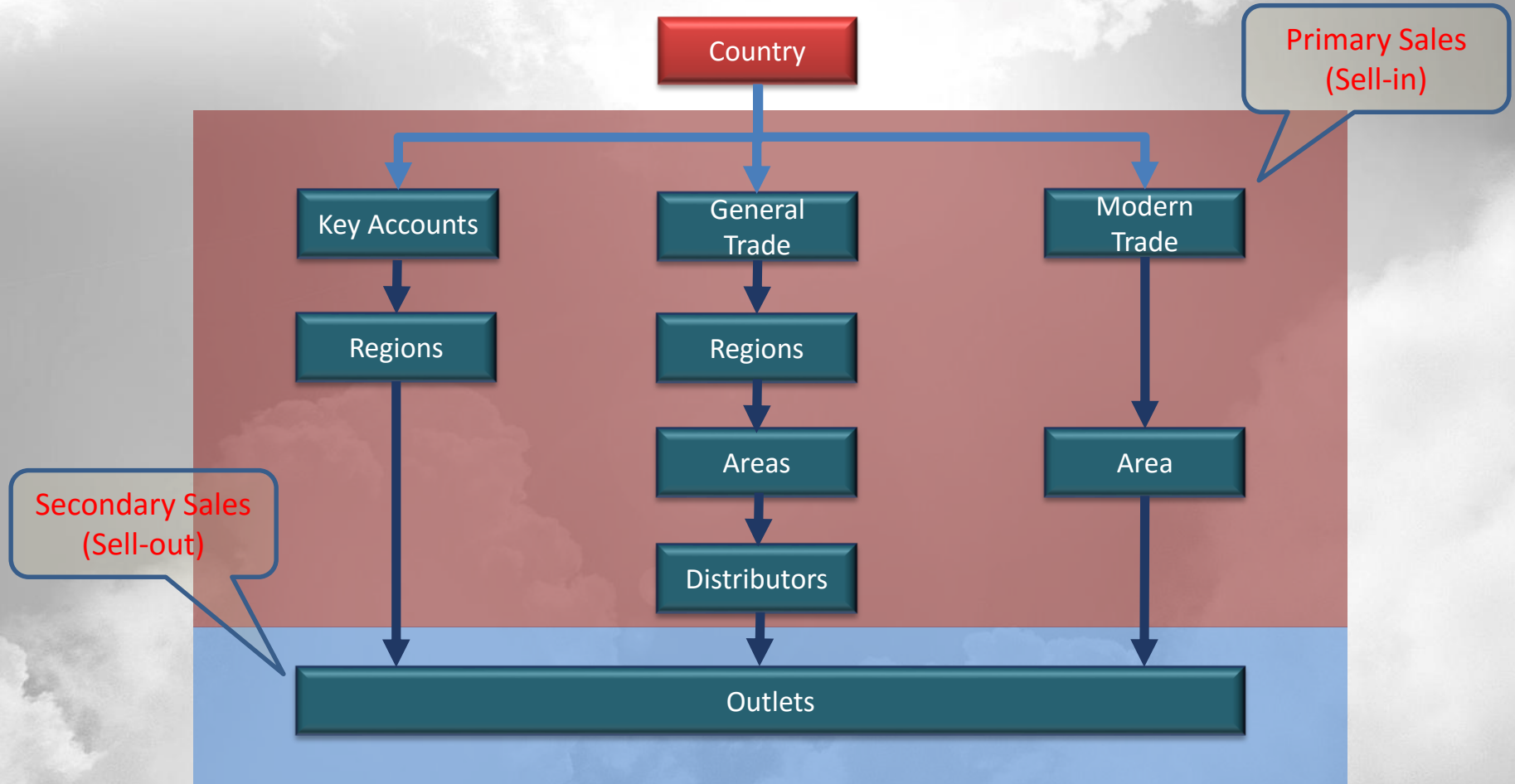
1. QUẢN LÝ DỮ LIỆU NỀN (MDM)
2. NGHIỆP VỤ NVBH-SFA
3. NGHIỆP VỤ NPP-CORE DMS
4. NGHIỆP VỤ CỦA SALES TEAM/HO -ETOOLS

# SALES ORGANIZATION



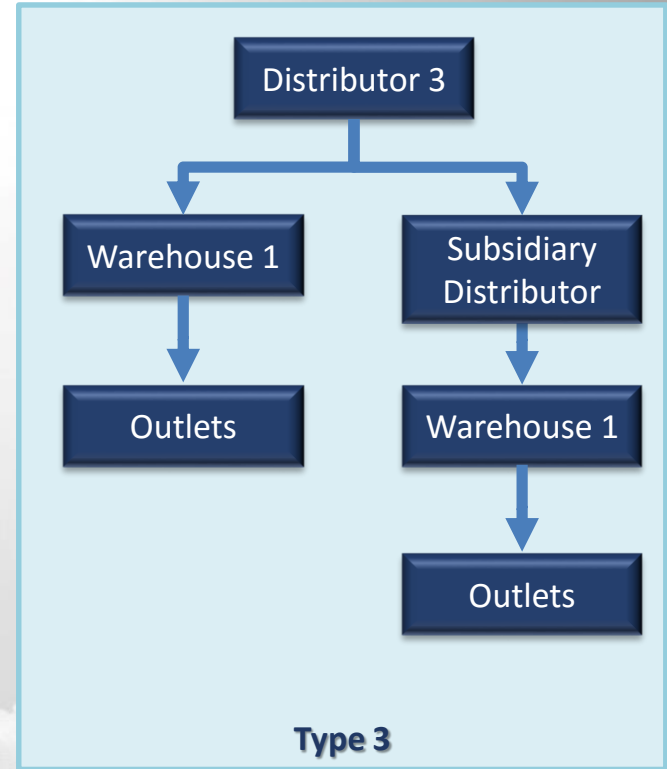
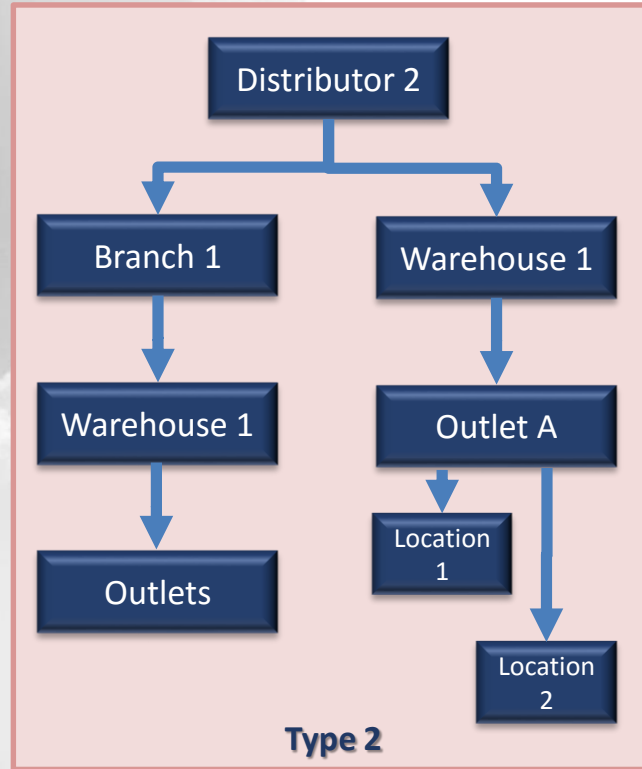
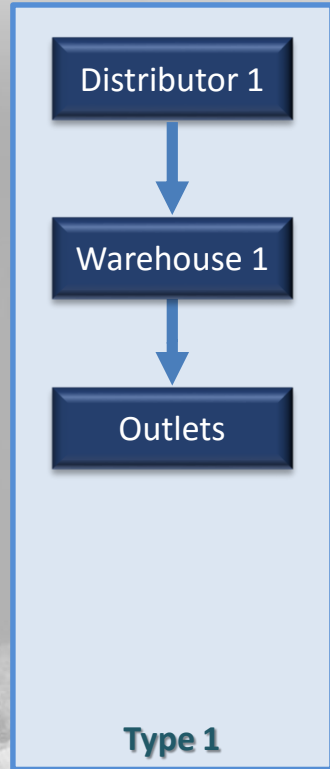


# DISTRIBUTION CHANNEL





# DISTRIBUTOR TYPE

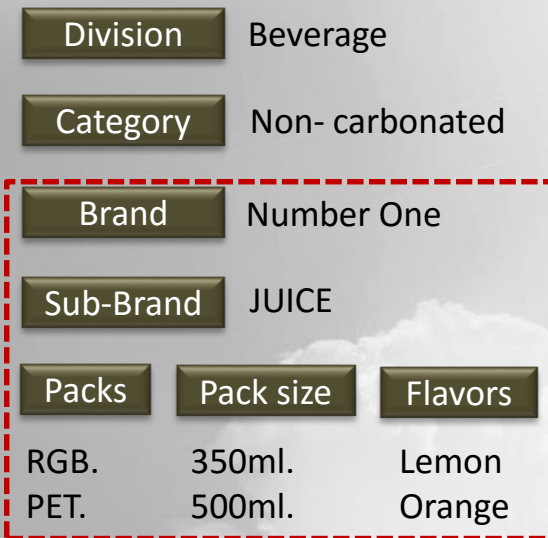


**Type n: combination of Type 1, 2 and 3**



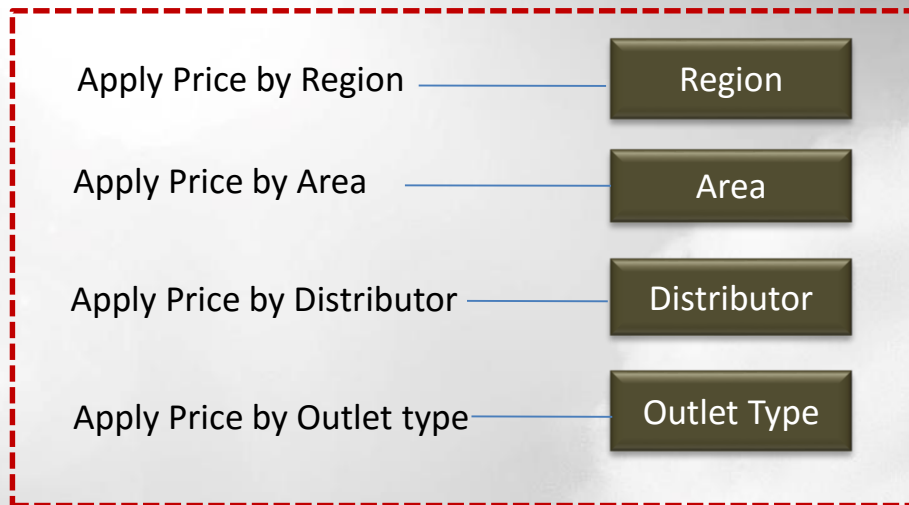
# LOẠI NHÀ PHÂN PHỐI – DISTRIBUTOR TYPE

## Product Hierarchy



Selling item: **Number one JUICE**  
**Lemon PET 500ml**

## Product Price

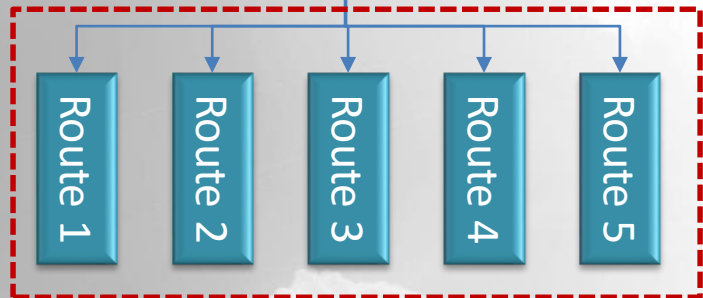




# MASTER COVERAGE PLAN

Master Coverage Plan

Disty



Week 1

35 34 35 36 35 35

Week 2

35 34 35 36 35 35

Week 3

35 35 35 35 35 35

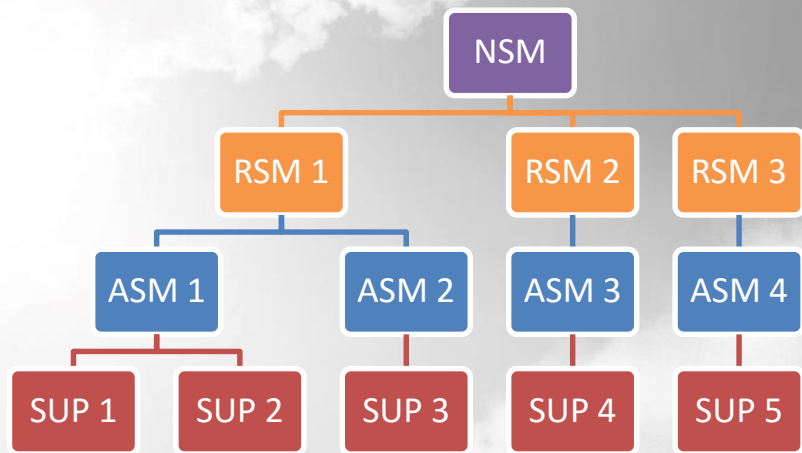
Week 4

35 35 35 35 35 35

= 210 outlets  
= 1 route  
= 1 MCP



Daily visit calls





# SALES KPI CALCULATE FOR SALESTEAM

#	Terms	Definition	Formulas	Samples
(1)	Route	Represents for a sales area that served by a Salesman.		5
(2)	MCP	The number of outlets need to be served.		1,050
(3)	Total visit calls	The number of outlets in the disty have to visit	5x4x210	4,200
(4)	Coverage	The number of outlets in the disty had bought		945
(5)	ASO	The number of outlets in the disty had bought from salesmen		840
(6)	Total SKU	Total SKU that sold in the disty		6,240
(7)	PC	Productivity Call: an order from salesman that delivered to outlet successfully.		1,248
(8)	LPPC	Line Per Productivity Call	(6)/(7)	5
(9)	%PC		(7)/(3)	29.5%
(10)	%Coverage		(4)/(2)	90%
(11)	%ASO		(5)/(2)	80%



# MASTER DATA MANAGEMENT

<b>1</b>	<b>QUẢN LÝ NGƯỜI DÙNG VÀ PHÂN QUYỀN</b>
1.1	Quản lý người dùng, vai trò
1.2	Phân quyền tài nguyên hệ thống
<b>2</b>	<b>QUẢN LÝ KHU VỰC ĐỊA LÝ</b>
2.1	Định nghĩa các chi nhánh/vùng bán hàng (Branch/Region)
2.2	Định nghĩa các khu vực bán hàng cho từng chi nhánh/vùng (Sales Area)
2.3	Định nghĩa thông tin Tỉnh/Thành phố và Quận Huyện liên quan (Province/District)
<b>3</b>	<b>QUẢN LÝ ĐỘI NGŨ KINH DOANH</b>
3.1	Định nghĩa cấp bậc quản lý kinh doanh của Sales Team (Working Position)
3.2	Tạo/Chỉnh thông tin cá nhân của Sales Team và gán khu vực quản lý cho từng nhân sự (Salesforce Maintenance/Assignment)
3.3	Tra cứu thông tin Sales team và khu vực quản lý (Salesforce Inquiry)



# MASTER DATA MANAGEMENT

<b>4</b>	<b>QUẢN LÝ NHÀ PHÂN PHỐI</b>
	4.1 Cấu hình thông tin NPP (Distributor Maintenance)
	4.2 Định nghĩa lịch bán hàng (Sales Calendar)
	4.3 Định nghĩa ngày nghỉ/lễ (Holiday)
<b>5</b>	<b>QUẢN LÝ SẢN PHẨM</b>
	5.1 Định nghĩa thông tin thuộc tính của sản phẩm (Product Attributes)
	5.2 Định nghĩa phân cấp của sản phẩm (Hierarchy)
	5.3 Định nghĩa thông tin sản phẩm (Product Definition)
	5.4 Cấu hình thuộc tính và phân cấp cho sản phẩm (Product mapping)
<b>6</b>	<b>QUẢN LÝ GIÁ SẢN PHẨM</b>
	6.1 Định nghĩa giá cơ sở theo Vùng bán hàng
	6.2 Điều chỉnh giá theo Khu vực bán hàng
	6.3 Điều chỉnh giá theo NPP
	6.4 Cấu hình giá bán theo loại hình điểm bán



# MASTER DATA MANAGEMENT

7	<b>QUẢN LÝ ĐIỂM BÁN</b>
7.1	<p>Định nghĩa thông tin thuộc tính của điểm bán :</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Vị trí, Khu vực</li><li>- Loại hình, Mức doanh số</li><li>- Mức trưng bày, Mức độ trung thành</li><li>- Loại hình, Ngành hàng chính</li></ul>
7.2	Định nghĩa phân cấp của điểm bán (Loại hình/Kênh chính/Kênh phụ)
7.3	Tạo/Xét duyệt thông tin điểm bán mới
7.4	Thiết lập địa chỉ giao hàng và thông tin thuộc tính
7.5	Phân bổ điểm bán cho NPP
7.6	Chuyển điểm bán từ NPP này sang NPP khác
7.7	Ngưng hoạt động điểm bán
7.8	Tra cứu thông tin điểm bán



# MASTER DATA MANAGEMENT

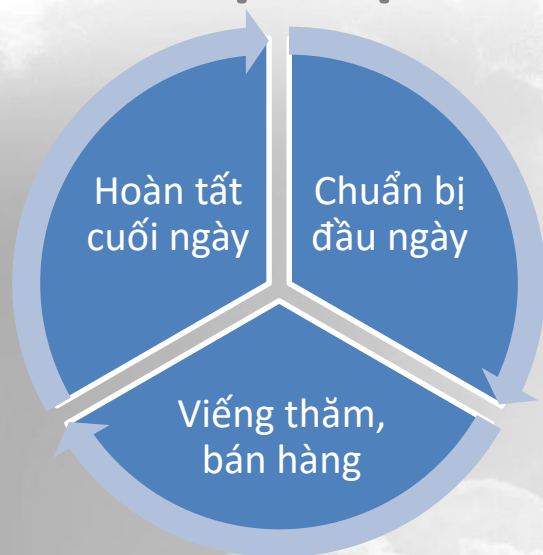
<b>8</b>	<b>QUẢN LÝ TUYỂN BÁN HÀNG</b>
8.1	Tạo/Chỉnh tuyển bán hàng
8.2	Tạo/chỉnh NVBH/Gán NVBH vào tuyển bán hàng
8.3	Phân bổ tuyển bán hàng cho NPP
8.4	Thay đổi NVBH/Giám sát bán hàng trên tuyển bán hàng
8.5	Chuyển Tuyển/NVBH từ NPP này sang NPP khác
8.6	Ngưng hoạt động Tuyển/NVBH
8.7	Tra cứu thông tin Tuyển/NVBH
<b>9</b>	<b>QUẢN LÝ KẾ HOẠCH BÁN HÀNG</b>
9.1	Cấu hình kế hoạch bán hàng(MCP) cho từng NPP/Tháng
9.2	Cập nhật điểm bán/tần suất viếng thăm cho MCP
9.3	Tra cứu thông tin MCP
<b>10</b>	<b>GIỚI THIỆU CÁC BIỂU MẪU THU THẬP DỮ LIỆU NỀN</b>
10.1	Biểu mẫu thu thập dữ liệu hệ thống
10.2	Biểu mẫu thu thập dữ liệu bán hàng (Điểm bán, NVBH, Tuyển, MCP)



## AGENDA

1. QUẢN LÝ DỮ LIỆU NỀN (MDM)
- ▶ 2. NGHIỆP VỤ NVBH-SFA
3. NGHIỆP VỤ NPP-CORE DMS
4. NGHIỆP VỤ CỦA SALES TEAM/HO -ETOOLS

# ▲ NGHIỆP VỤ CỦA NVBH TRÊN PDA



## 1. Chuẩn bị đầu ngày

- **Đồng bộ dữ liệu**
- **Kiểm tra dữ liệu hàng ngày**
  - Danh sách khách hàng
  - Kho hàng (Van-Sales)
  - Chương trình Khuyến mãi
  - Chỉ tiêu bán hàng

## 2. Viếng thăm, bán hàng

- Danh sách khách hàng (phân biệt các trạng thái khách hàng)
- Viếng thăm cửa hàng: kiểm tra tọa độ, khoảng cách.
- Chụp hình đại diện
- Chụp ảnh trưng bày
- Kiểm tra tồn kho cửa hàng
- Bán hàng:
  - Đặt trước giao sau: Các bước thực hiện
  - Bán hàng theo xe: Ý nghĩa và sự khác biệt với đặt trước giao sau
- Ý kiến khách hàng & thông tin đối thủ
- Kết thúc viếng thăm

**\*\* Lưu ý các điều kiện nhập liệu và các quy định tuân thủ ở các bước bắt buộc (chụp hình trưng bày, kết thúc viếng thăm mà không mua hàng,...)**

## 3. Hoàn tất công việc hàng ngày

- **Đơn hàng:** Xem lại các đơn hàng đã thực hiện trong ngày
- **Báo cáo ngày:** Thông tin báo cáo kết quả làm việc trong ngày
- **Báo cáo hình ảnh:** Theo dõi hình ảnh chụp khách hàng, hàng hóa trưng bày trong ngày

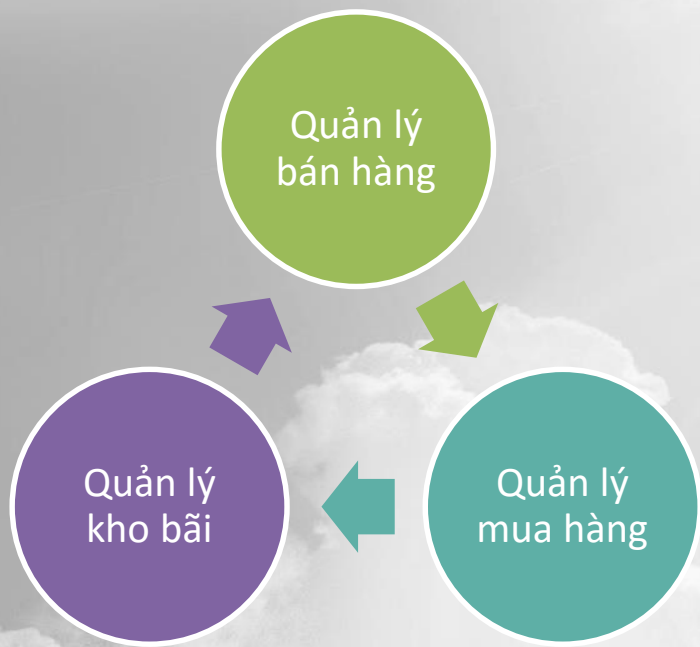




## AGENDA

1. QUẢN LÝ DỮ LIỆU NỀN (MDM)
2. NGHIỆP VỤ NVBH-SFA
- ▶ 3. NGHIỆP VỤ NPP-CORE DMS
4. NGHIỆP VỤ CỦA SALES TEAM/HO -ETOOLS

# ▲ NGHIỆP VỤ CỦA NPP TRÊN CORE DMS



## 1. Quản lý kho bãi

- Ý nghĩa của kho
- Tạo/chỉnh kho
- Tạo/chỉnh vị trí kho
- Nhập/Xuất/Điều chỉnh kho
- Chuyển kho
- Kiểm kê kho (5 bước và các chú ý)

## 2. Quản lý mua hàng

Quy trình mua hàng

Tạo đơn đặt mua hàng

Nhập đơn mua hàng

Nhập phiếu nhập hàng

Xử lý nhập hàng thiếu

Xử lý trả hàng

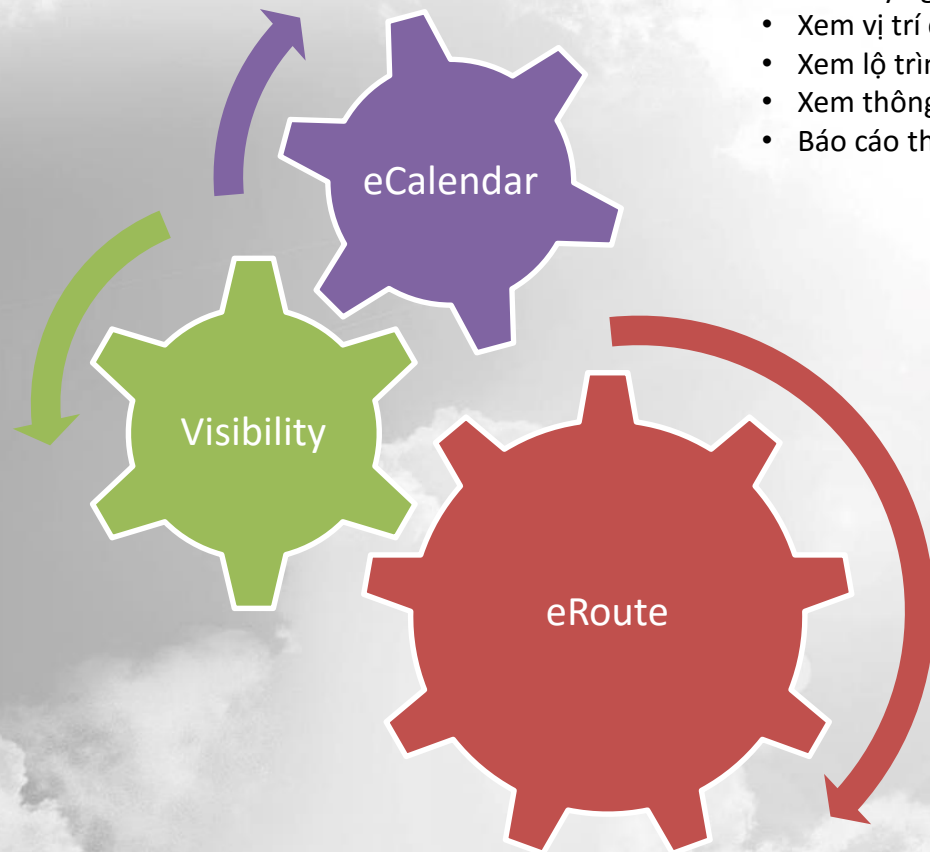
## 3. Quản lý bán hàng

- Ý nghĩa các loại đơn bán hàng
- Tạo/chỉnh đơn bán hàng tay
- Nhập đơn bán hàng từ PDA
- Xử lý đơn bán hàng:
  - ✓ Tạo phiếu giao hàng
  - ✓ Hủy đơn bán hàng
  - ✓ Lập hóa đơn bán hàng
- Phiếu giao hàng tổng (Picking list)
- Xử lý kết quả giao hàng:
  - ✓ Giao 1 phần
  - ✓ Không giao được
- Xử lý trả hàng
  - ✓ Trả nguyên đơn
  - ✓ Trả tự do
- Theo dõi số liệu bán hàng trên báo cáo DMS



## AGENDA

1. QUẢN LÝ DỮ LIỆU NỀN (MDM)
2. NGHIỆP VỤ NVBH-SFA
3. NGHIỆP VỤ NPP-CORE DMS
- ▶ 4. NGHIỆP VỤ CỦA SALES TEAM/HO -ETOOLS



## 1. eRoute

- Quản lý người dùng, thay đổi mật khẩu
- Xem vị trí của nhân viên bán hàng
- Xem lộ trình bán hàng hiện tại, quá khứ.
- Xem thông tin khách hàng và kết quả bán hàng
- Báo cáo theo dõi/phân tích số liệu

## 2. Visibility

- Quy trình chấm điểm trưng bày
- Tính năng của Auditor:
  - ✓ Chấm điểm hình trưng bày
  - ✓ Chấm lại hình trưng bày
  - ✓ Chấm lại hình bị từ chối
- Leader duyệt kết quả chấm điểm hình từ Auditor
- Báo cáo theo dõi/phân tích số liệu

## 3. eCalendar

- Xem/Chuẩn bị lịch làm việc
- Xử lý/Duyệt lịch
- Đánh giá và xem đánh giá
- Báo cáo kết quả làm việc

# QUẢN LÝ KHUYẾN MÃI & TRƯNG BÀY

<b>I</b>	<b>Quản lý khuyến mãi</b>
	1 Định nghĩa CTKM theo dòng hàng (Line)
	2 Định nghĩa CTKM theo nhóm hàng (Group)
	3 Định nghĩa CTKM theo bộ sản phẩm (Bundel)
	4 Định nghĩa CTKM theo giá trị đơn hàng (Document)
	5 Duyệt áp dụng CTKM
	7 Cập nhật hạn mức ngân sách cho CTKM
	8 Duyệt ngân sách khuyến mãi
<b>II</b>	<b>Quản lý trưng bày</b>
	1 Định nghĩa CTTB (Cơ cấu, đối tượng, hạn mức, phạm vi áp dụng)
	2 Phân bổ ngân sách cho các Tuyến bán hàng
	3 Đăng ký điểm bán tham gia CTTB (từ PDA, upload danh sách tay)
	4 Duyệt đăng ký CTTB
	5 Đánh giá kết quả thực hiện CTTBH từ thị trường
	7 Tính thưởng trưng bày cho điểm bán theo CTTB
	8 Truy xuất dữ liệu tính thưởng