



**Thiết kế sự khác biệt  
và khai thác triệt để  
các nguồn tài nguyên  
của doanh nghiệp**

# Nội Dung

- Thiết kế sự khác biệt
- Khuyến mại và những bài toán khuyến mại
- Những bài toán chăm sóc khách hàng hiện đại
- Khai thác tài nguyên tiền hàng
- Khai thác tài nguyên nhân sự
- Khai thác tài nguyên tài sản
- Bài tập tình huống

# Tạo sự khác biệt để cạnh tranh

- Khác người, đặc sắc, gây tiếng vang, gây ấn tượng...
  - Đối thủ không kịp bắt chước
    - Khác biệt về sản phẩm, dịch vụ
    - Khác biệt về mô hình kinh doanh
    - Khác biệt trong chiến lược, tầm nhìn, sứ mệnh
- **Luôn sáng tạo, tiên phong, mở đầu**
- **Bền vững, xuyên suốt, thuyết phục**
- **Lấy khách hàng làm trọng tâm**

# Sáng tạo sự khác biệt

- Sự khác biệt là chiến lược để tăng sức cạnh tranh
- Sự sáng tạo xúc tiến sự khác biệt là chiến thuật
  - Sáng tạo chiến dịch
  - Tạo cơ hội/Chớp thời cơ
- Cần phải
  - Nhanh chóng, chớp nhoáng
  - Chặt chẽ, logic
  - Mang lại giá trị thực sự cho khách hàng
  - Quản lý được

# ERP-CRM giúp thiết kế sự khác biệt

- Module chính sách giá
  - Linh hoạt
  - Bao quát
  - Người dùng tự thiết kế được
- Module CRM có thể giúp thiết kế chiến dịch theo từng trọng tâm và đối tượng
- Module mobile để tạo điều kiện gần gũi khách hàng
- Những yếu tố đặc biệt ”gây nghiện” khách hàng
- Thống kê, đánh giá và đưa ra quyết định tiếp theo



# Các bài toán khuyến mại

- 2 mục đích cơ bản của khuyến mại
  - Giải phóng hàng tồn
  - Tạo sự khác biệt nhằm marketing
- Độ phức tạp
  - Bộ lọc phức hợp: đối tượng, mặt hàng, thời gian...
  - Đan xen các trường hợp → mức độ ưu tiên
  - Quan hệ 1 nhiều, nhiều nhiều...
- Lựa chọn bất kỳ (random) trong giới hạn
- Kiểm soát chính xác đối tượng thụ hưởng

# Thách thức của khuyến mại

- Khó thiết kế → khi thực hiện được thì cơ hội đã qua đi
- Là chi phí và dễ xuyên suốt → chi phí thường xuyên
- Mang tính cảm hứng → khó đo đạc hiệu quả
- **Không quản lý được** (PM không quản lý được)
  - → không đạt được mục tiêu và mục đích
  - → tăng nguy cơ gian lận
  - → hiệu quả thấp
  - **nếu vậy thì không nên khuyến mại**

# Bài toán chăm sóc khách hàng

- Khuyến mại → khách hàng tới = khách vãng lai
  - cơ hội đầu tiên để thành *khách thường xuyên*
  - cơ hội cuối cùng khi *vãng lai* = *vãng lai*
  - Thời đại cạnh tranh rất khó để quay lại vì giá
- Khách *vãng lai* → *thường xuyên* → *thân thiện*
  - thẻ khách hàng: có cơ sở để quay trở lại
  - vì quyền lợi: tích lũy điểm, giảm giá, quà tặng...
  - vì dịch vụ: dịch vụ gia tăng mong muốn, trợ giúp...
  - vì thường xuyên được nhắc nhở: truyền thông...
  - vì "nghiện": yếu tố sát sườn, trong tầm tay...



# Tài nguyên khách hàng

- **Tài nguyên = nằm trong tầm khai thác**
- Khách hàng bán hàng cho bạn → ”quả trứng vàng”
  - Khách hàng cảm thấy gần gũi và tin cậy
  - Mang lại lợi ích thường xuyên hoặc bất ngờ
  - Giới thiệu khách hàng cho bạn
- **Giải pháp để khai thác**
  - Giải tốt bài toán chăm sóc khách hàng
  - Dùng tiêu cực làm hiệu ứng khách hàng: khiếu nại online...

# Kỹ năng quản trị kế hoạch



- Rất quan trọng trong ERP
- Modul có thể lập nhiều loại kế hoạch khác nhau
- Phân bổ, phân chia kế hoạch theo thời gian
- Thường xuyên đo đạc việc thực hiện
- Báo cáo thực hiện tức thì
- Giúp khai thác mọi tài nguyên của công ty

# CRM đại cương

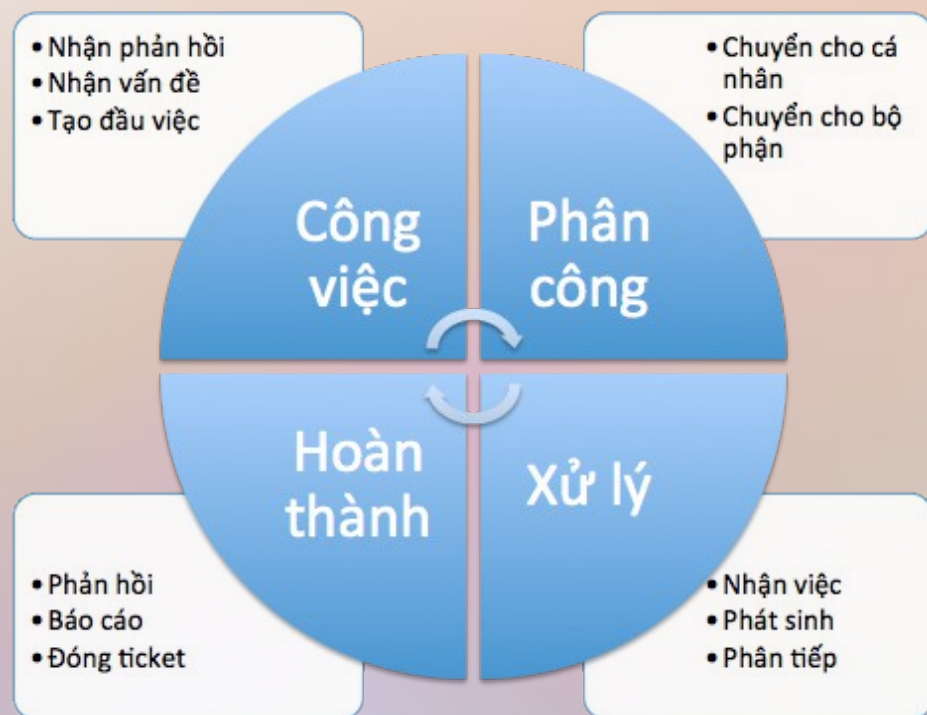


- Mọi giao diện tương tác với khách hàng:
  - Marketing: trước khi bán hàng
  - Chăm sóc: sau khi bán hàng
  - Khiếu nại: trước và sau bán hàng

# Hoạt động của CRM



# Quản lý công việc



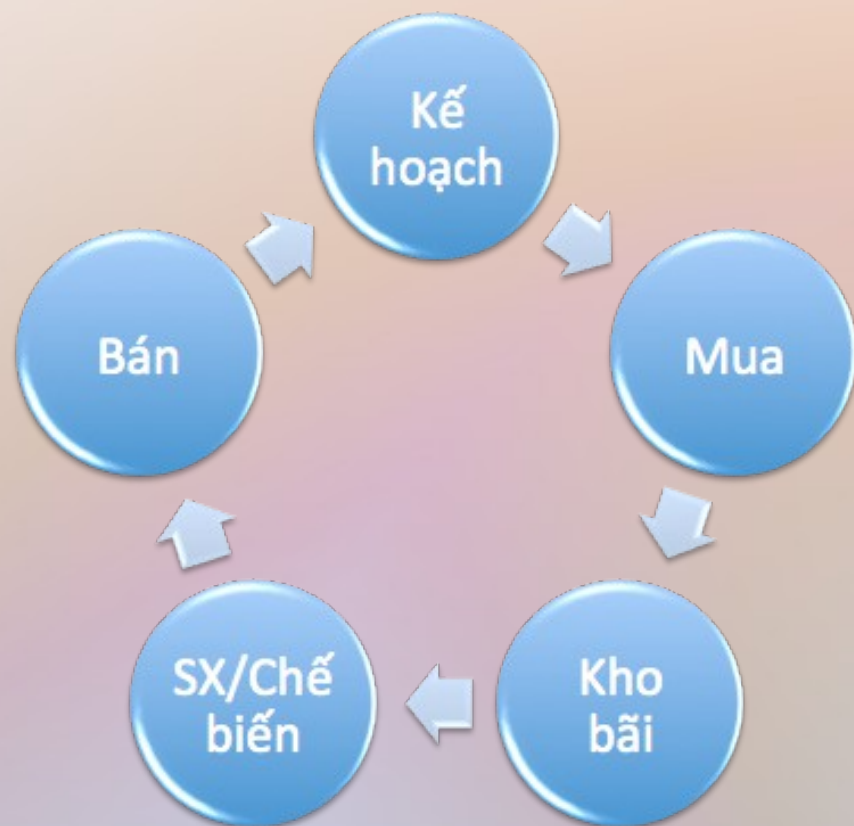
- Theo dõi làm việc nhóm và tiến trình công việc theo thẻ (ticketing)
- Công dụng cho quản lý:
  - công việc nội bộ
  - khiếu nại
  - hỗ trợ
  - dịch vụ



# Tiêu chí CRM cần phải đạt được

- Thiết kế và sáng tạo sự khác biệt
- Tự động xếp loại đối tượng thông qua chiến dịch
- Lợi ích "bất ngờ" cho khách hàng thường xuyên
- Bám sát khách hàng từ "Tiền mãi" đến "Hậu mãi"
- Thông tin chọn lọc và nhanh chóng đến từng đối tượng
- Thông tin 1 cửa "khách hàng"
- Hỗ trợ ra quyết định nhanh chóng

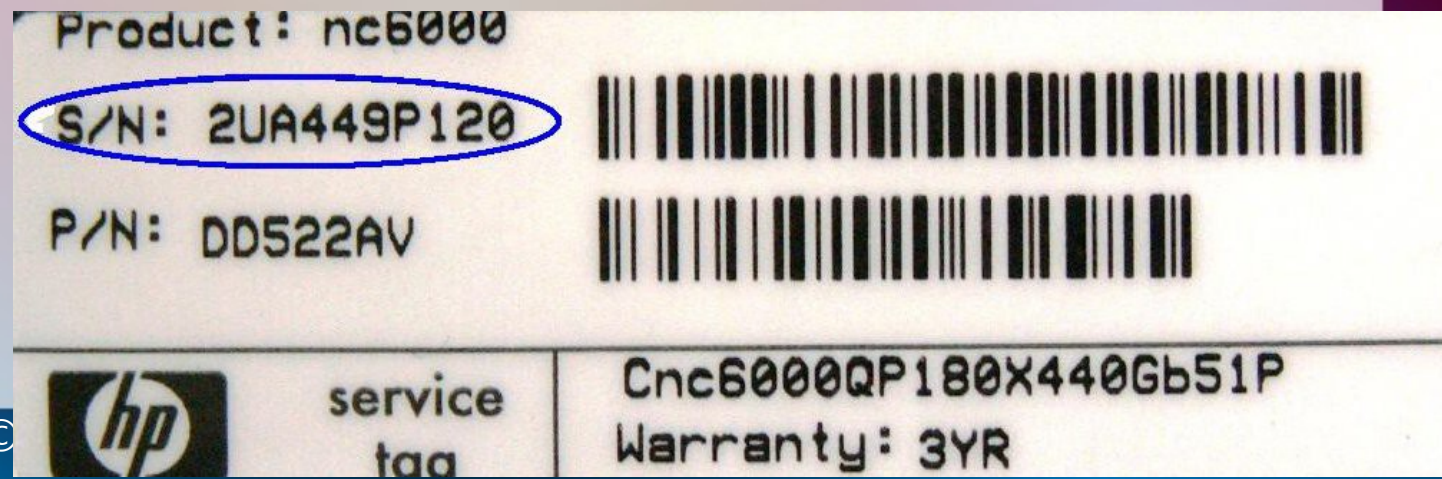
# Quy trình quản lý vật tư hàng hóa



- Vòng đời đơn giản → phức tạp
  - Dòng xuôi
  - Dòng ngược: trả lại, bảo hành...
  - Dòng nội bộ: vòng luân chuyển → phức tạp nhất

# Bài toán theo dõi hàng, số seri

- Theo dõi từng cá thể mặt hàng
  - Bảo hành, quản lý bảo hành
  - Truy xuất nguồn gốc
  - Thời hạn sử dụng/bảo hành...
- Mã vạch và cách quản lý mã vạch
  - Phân biệt các loại mã vạch

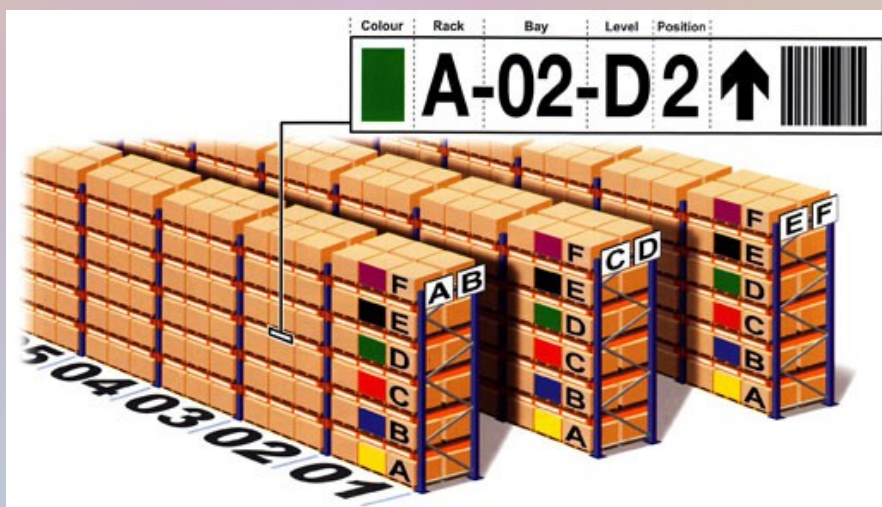




# Bài toán kiểm soát kho



- Vị trí lưu kho (3D)
- Mã vạch trong kho
- Đánh dấu tĩnh
- Đánh dấu động
- Kiểm kê bằng P/N
- Kiểm kê bằng S/N
- Xuất nhập bằng băng chuyền



# Bình quân gia quyền (WAC)

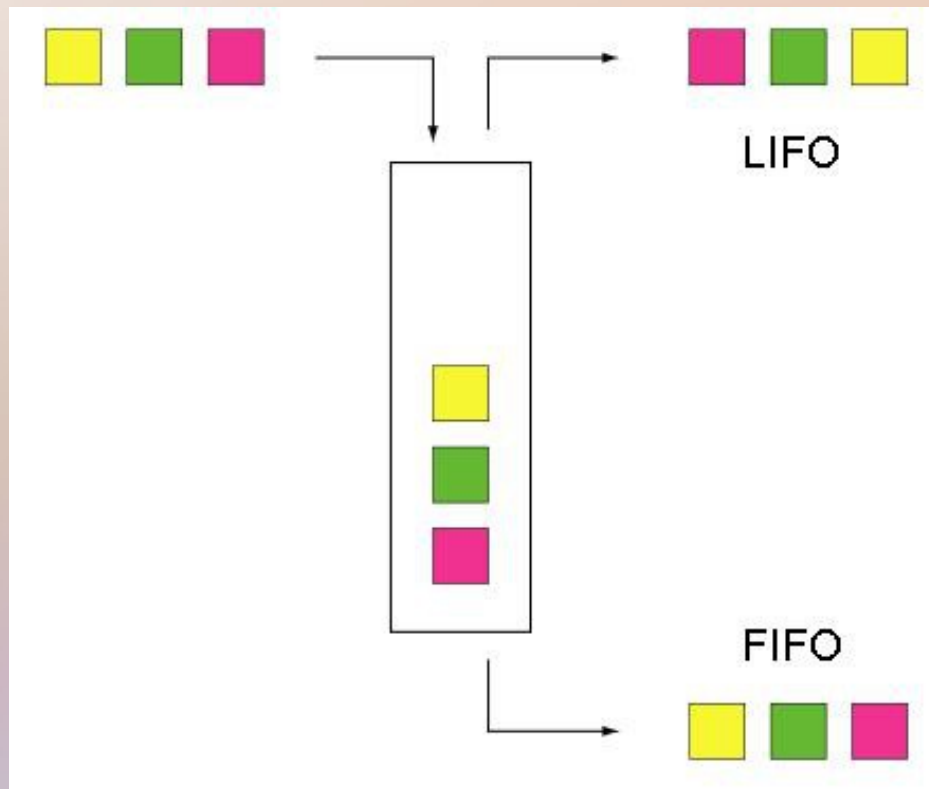
- Phương pháp gần đúng  $\rightarrow$  sai số gia tăng theo thời gian
- Điều chỉnh mang yếu tố chủ quan  $\rightarrow$  khó kiểm chứng
- Nặng về kế toán nhẹ về quản trị
- Các phương pháp thông dụng (để chữa cháy)
  - Bình quân gia quyền tổng thời gian
  - Bình quân gia quyền tháng cuối
  - Bình quân gia quyền thời điểm 0

**Giá vốn  
bình quân gia quyền  
(WAC)**

$$= \frac{\sum \text{giá trị đầu vào của năm}}{\sum \text{số lượng đầu vào của năm}}$$

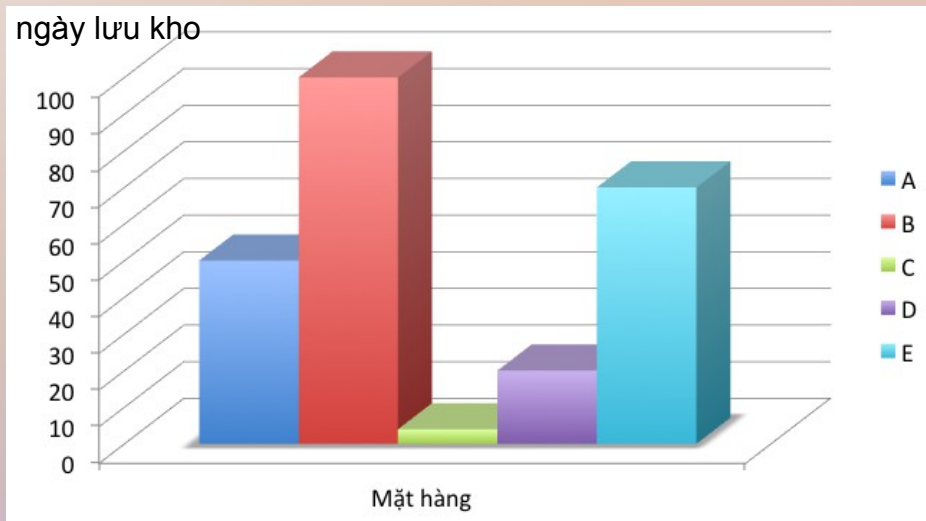


# FIFO-LIFO



- FIFO (Nhập trước xuất trước)
  - Giá vốn
  - Tuổi tồn
  - Tuổi nợ
  - Vòng quay
- LIFO (Nhập sau xuất trước)
  - Ít dùng

# Tồn – Tuổi tồn



- Số lượng tồn trên kho
- Thời gian lưu kho cho đến khi bán
- Thời gian lưu kho cho đến thời điểm X mà chưa được bán

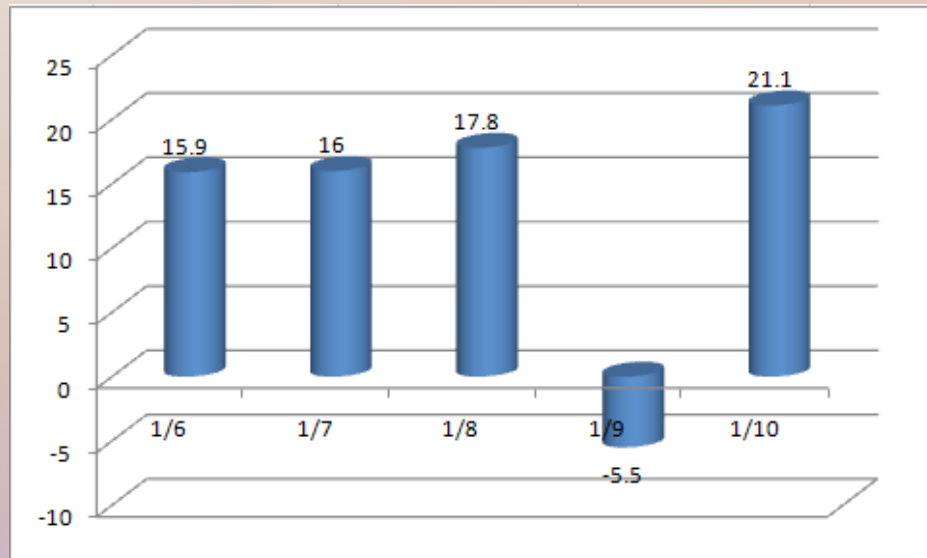
→ **Kế hoạch mua hàng**

→ **Kế hoạch xả hàng**

→ **Kế hoạch marketing**

→ **Trách nhiệm liên đới...**

# Vòng quay hàng hóa

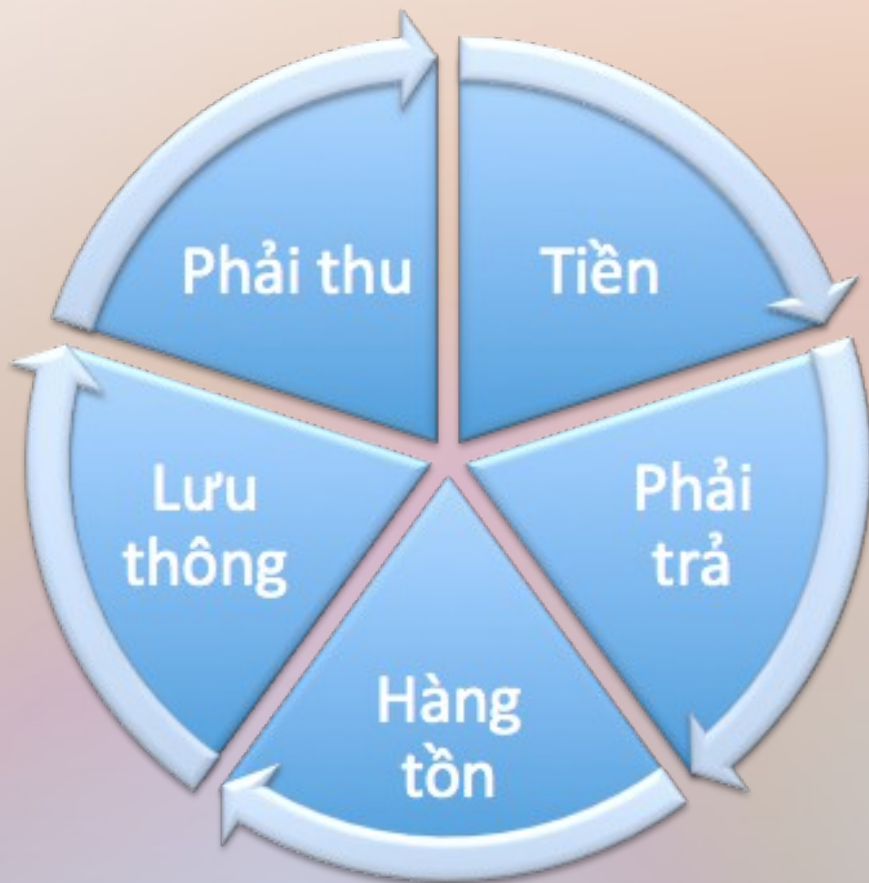


- Chỉ số vòng quay hàng tồn kho
- Vòng quay tỷ lệ thuận với lưu thông vốn

# Vòng đời của vật tư trong sản xuất



# Luồng tiền



- Lưu chuyển tiền tệ
- Mức độ quay vòng vốn
- Trạng thái sức khỏe của doanh nghiệp



# Nợ - Tuổi nợ

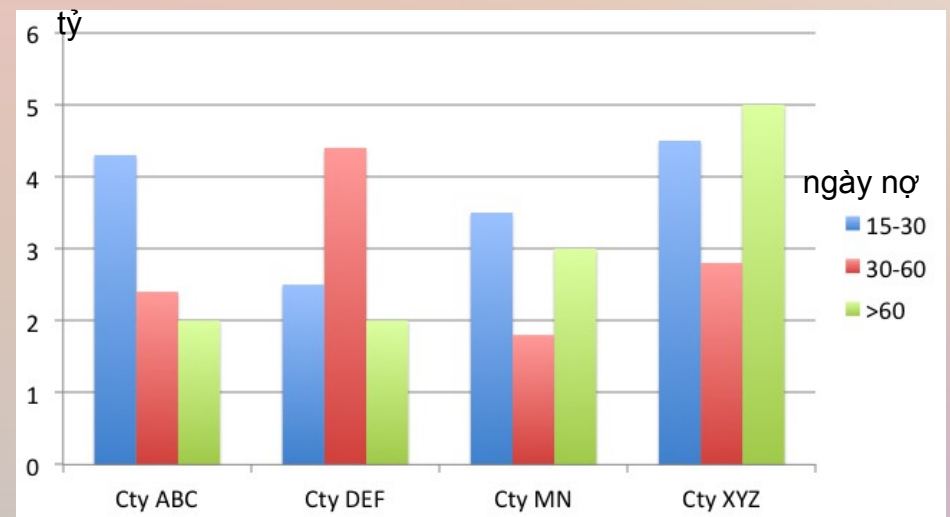
- Nợ = phải thu, phải trả
- Nợ tới hạn, quá hạn
- Tuổi nợ = thời gian thanh toán (hoặc hôm nay) - thời hạn thanh toán

➡ **Xử lý nợ/nợ xấu**

➡ **Chính sách ngăn chặn**

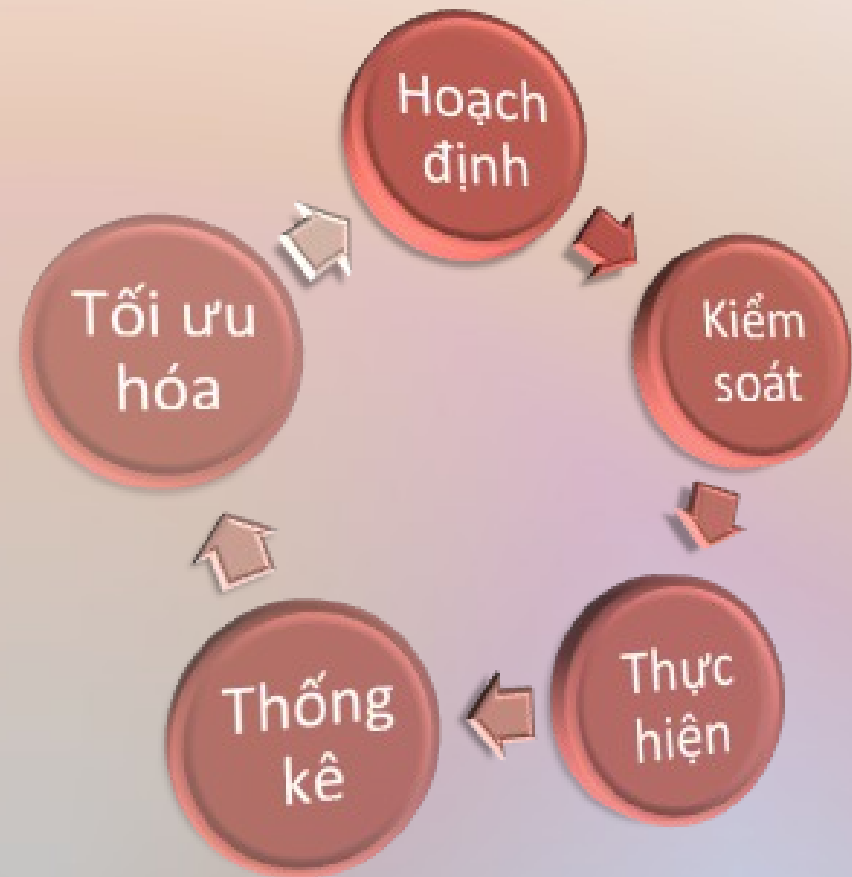
➡ **Kế hoạch luồng tiền**

➡ **Trách nhiệm liên đới...**



# Khai thác tài nguyên tiền hàng

- Hoạch định: tính toán, mở cửa vận hành
- Kiểm soát: thông số vận hành
- Thực hiện: vận hành
- Thống kê: kết quả vận hành
- Tối ưu hóa: điều chỉnh các thông số cho hoạch định tiếp theo



**Tối ưu hóa cao = Khai thác tài nguyên tốt**

# Tài chính và kế toán

- Mọi dữ liệu xuất phát từ nghiệp vụ phát sinh
- Kiểm soát và hoạch định khi phát sinh
- Kế toán tự động
- Kế toán: tổng hợp và kiểm soát sau hoạt động
- Quản trị: hoạch định và kiểm soát trước khi phát sinh
- Sổ cái tự động
- Sổ cái nhập tay
- Cân đối, đóng sổ tự động
- Báo cáo tài chính và kết quả kinh doanh tự động
- Chỉ số cho lãnh đạo

# Quản trị nhân sự



- Độ phức tạp tùy theo yêu cầu của DN, có thể cực kỳ phức tạp
- Rất nhiều bài toán tăng hiệu quả nhân sự
- Quản trị nhân sự chặt chẽ và linh hoạt → giúp khai thác tài nguyên nhân sự với hiệu quả cao nhất

# Các bài toán đặc biệt về nhân sự

- Theo dõi quá trình của nhân sự
- Chấm công
- Phân ca, phân lịch làm việc... theo cách riêng
- Trả lương theo hiệu quả từng công việc
- Thông số hóa và lượng hóa các công việc



# Quản lý sự sáng tạo

- Nhân sự cần sáng tạo để phát huy đầy đủ năng lực  
<=> ERP bao gồm những quy trình khá cứng nhắc
- Khó có tiêu chí đo lường các công việc sáng tạo
- Cần thiết phát triển các tiêu chí:
  - thông số hóa và thuật toán hóa từng nhiệm vụ
  - thống nhất các tiêu chí để lượng hóa
  - sử dụng tiêu chí mục tiêu

# Cấu thành tài sản công ty



- Tài sản cố định
- Tài sản lưu động
- Tài sản hữu hình
- Tài sản vô hình

# Quản trị tài sản cố định



- Là 1 phần của tài sản cần quản lý đặc biệt với module riêng
- TSCĐ + công cụ dụng cụ
- Nhiều phương pháp khấu hao
- Chuyển đổi sử dụng
- Vào sổ kế toán tự động

# Khai thác các tài nguyên tài sản

- Tài sản cố định và lưu động đều được quản lý chặt chẽ nhằm tối ưu hóa tại nhiều module khác nhau
- Khai thác tài sản vô hình gây hiệu ứng marketing
  - PR bằng ”đồng thương hiệu”, sở hữu vô hình...
  - PR bằng ứng dụng hiện đại tạo niềm tin khách hàng
  - hiệu ứng tiêu cực: giảm hiệu quả marketing, có thể không giảm giá trị thương hiệu
  - hiệu ứng tích cực: tăng giá trị thương hiệu, tăng hiệu quả marketing

# Bài tập và trao đổi