

Phạm Thu Thủy

# VẬN HÀNH QUẢN LÝ TINH GỌN

**1** Mô hình  
kinh doanh

**2** Lập Kế Hoạch  
Kinh Doanh

**3** Quản Trị  
Nhân Sự

**4** Bán Hàng  
Trong  
Doanh Nghiệp

**5** Chia Khoá  
Vận Hành  
Tinh Gọn

**6** Cẩm Nang  
Nhà Quản Trị



NHÀ XUẤT BẢN  
THẾ GIỚI

# Contents

<b>CHƯƠNG 01: XÂY DỰNG MÔ HÌNH KINH DOANH .....</b>	<b>8</b>
I. Xây nền tảng doanh nghiệp .....	10
II. Lập kế hoạch kinh doanh.....	14
<b>CHƯƠNG 02: PHÁP LÝ KINH DOANH.....</b>	<b>16</b>
I. Pháp lý thành lập.....	19
II. Pháp lý hợp đồng .....	19
III. Pháp lý thuế .....	20
IV. Pháp lý chuyên môn và chuyên ngành .....	20
<b>CHƯƠNG 03: NHÂN SỰ TRONG DOANH NGHIỆP.....</b>	<b>22</b>
I. Tuyển dụng nhân sự.....	25
II. Đào tạo nhân sự.....	29
III. Lộ trình sự nghiệp.....	31
IV. KPI nhân sự.....	32
V. Sa thải nhân sự.....	35

<b>CHƯƠNG 04: BÁN HÀNG TRONG DOANH NGHIỆP.....</b>	<b>36</b>
I. Xây dựng chuỗi giá trị sản phẩm .....	39
II. Kế hoạch doanh thu .....	41
III. Kế hoạch bán hàng.....	42
<b>CHƯƠNG 05: CHÌA KHÓA VẬN HÀNH QUẢN LÝ TINH GỌN.....</b>	<b>68</b>
Phải tập trung xây dựng quy trình.....	70
Thiết kế & thực thi các văn bản quản trị Đúng - Đủ - Đều .....	72
Thực tế trong hoạch định các mục tiêu kinh doanh .....	74
Cách thiết lập mô hình thông minh - mô hình smart .....	75
<b>CHƯƠNG 06: CẨM NANG NHÀ QUẢN TRỊ.....</b>	<b>76</b>

*Content*

#### 1.4. Văn hóa doanh nghiệp

• Mỗi doanh nghiệp nên xây dựng một văn hoá riêng và điều đó sẽ thể hiện được phong cách và linh hồn của doanh nghiệp. Nhất là trong ngành dịch vụ, văn hoá sẽ thể hiện được sự đánh giá của khách hàng với sự lựa chọn sử dụng dịch vụ.

Khi xây dựng văn hóa doanh nghiệp ngành dịch vụ thì cần có những nền tảng cơ bản dựa trên cơ sở của nguyên tắc:

- Nguyên tắc về giao tiếp ứng xử
- Nguyên tắc về kỷ luật công việc
- Nguyên tắc về hành vi
- Nguyên tắc về trách nhiệm và mục tiêu chung

Và xây dựng văn hoá cần dựa trên những nền tảng của giá trị cốt lõi:

- Khách hàng là trung tâm
- Nhân sự là tài sản
- Tập trung vào giá trị khách hàng
- Nhân sự cần tận tâm, trung thành, nhiệt huyết
- Nhân sự cần hiếu lễ - nghĩa - tín - tâm
- Nhân sự cần có lòng biết ơn và tình yêu thương

## II. LẬP KẾ HOẠCH KINH DOANH

Một nhà kinh doanh khôn ngoan luôn hiểu rõ tầm quan trọng của kế hoạch kinh doanh. Khi bắt đầu khởi nghiệp, người ta thường chỉ nghĩ đến các ý tưởng kinh doanh mới mà không suy nghĩ một cách đầy đủ, nghiên cứu và đánh giá tiềm năng cũng như những khó khăn của mô hình kinh doanh. Nhiều người muốn vào thị trường một cách nhanh chóng vì cho rằng sự phù hợp và sở thích thúc đẩy họ đi đến quyết tâm kinh doanh, do đó họ thường bỏ qua giai đoạn nghiên cứu và lập một kế hoạch chi tiết, không dự đoán trước những khó khăn có thể vấp phải. Khi gặp biến cố, họ khó lòng xoay sở và dễ nản chí bỏ cuộc và thất vọng về những điều đã kỳ vọng trong kinh doanh.

Thiếu những kế hoạch và nghiên cứu thị trường là một trong những nguyên nhân cơ bản nhất làm những nhà kinh doanh bị thất bại trong những năm đầu của quá trình hoạt động. Và nếu bạn dành thời gian để viết kế hoạch kinh doanh trước khi bắt đầu, thì tỷ lệ thất bại và việc quản trị những rủi ro trong kinh doanh là điều vô cùng cần thiết. Nếu có cơ duyên chúng ta sẽ gặp nhau trong các lớp học để tôi được chia sẻ với bạn nhiều hơn. Trước tiên hãy cùng tìm hiểu danh mục cần thiết trong việc lập kế hoạch kinh doanh và từ đây hãy bắt đầu hệ thống hóa mô hình kinh doanh.

## LẬP KẾ HOẠCH KINH DOANH

### 1. PHÂN TÍCH SWOT

- Phân tích nguồn lực
- Xác định điểm mạnh
- Xác định điểm yếu
- Xác định cơ hội
- Xác định thách thức

### 2. ĐỊNH VỊ NGUỒN DOANH THU

- Xác định chuỗi sản phẩm/dịch vụ kinh doanh
- Số lượng khách hàng
- Số lượng giao dịch
- Doanh thu trung bình
- Tỷ lệ chuyển đổi

### 3. PHÂN TÍCH KHÁCH HÀNG

- Nghiên cứu thị trường
- Nghiên cứu đối thủ
- Xác định chân dung khách hàng tiềm năng
- Xây dựng sản phẩm, dịch vụ chủ đạo
- Xây dựng trải nghiệm khách hàng

### 4. KẾ HOẠCH ĐẦU TƯ

- Nhận diện thương hiệu
- Cơ sở vật chất
- Nhân sự, chuyên môn
- Marketing
- Công cụ/ đôn bẫy

### 6. KẾ HOẠCH CHI PHÍ

- Chi phí cố định
- Chi phí biến đổi
- Chi phí khác

### 5. KẾ HOẠCH DOANH THU

- Mục tiêu doanh thu
- KPI các bộ phận

### 7. KẾ HOẠCH VẬN HÀNH

- Kế hoạch nhân sự
- Kế hoạch dịch vụ
- Kế hoạch bán hàng
- Kế hoạch tài chính

**1. Quản lý/ Giám đốc điều hành**

- Cấp quản lý và giám đốc chịu trách nhiệm theo dõi và giám sát toàn bộ quy trình thực hiện công việc của các bộ phận, điều phối giải quyết các vấn đề phát sinh xảy ra trong suốt quá trình giao dịch với khách hàng.

**2. Bộ phận hành chính nhân sự**

- Hành chính nhân sự hay còn gọi là HR Staff có chức năng, vai trò duy trì, phát triển và đảm nhiệm các nhiệm vụ liên quan đến 2 khía cạnh bao gồm “Nhân sự” và “Hành chính”. Có nghĩa là, hành chính nhân sự là bộ phận sẽ chịu trách nhiệm về các công việc có liên quan đến các thủ tục hành chính, các công việc liên quan đến lưu trữ văn thư, lưu trữ thông tin cá nhân của nhân sự công ty.

**3. Bộ phận kinh doanh**

- Chịu trách nhiệm về tìm kiếm, tiếp xúc và giao dịch trực tiếp với khách hàng, liên hệ và hướng dẫn khách hàng về sản phẩm, dịch vụ, hỗ trợ thực hiện thủ tục hợp đồng.

**4. Bộ phận chăm sóc khách hàng**

- Chịu trách nhiệm chính trong công tác chăm sóc khách hàng như gửi hoa, quà tặng, chính sách khuyến mãi, chính sách ưu đãi, ghi nhận phản hồi của khách hàng, quản lý và theo dõi tiến độ xử lý các phản hồi, thông báo kết quả xử lý phản hồi cho khách hàng, hỗ trợ bộ phận kinh doanh trong các vấn đề về thông tin khách hàng.

**5. Bộ phận marketing**

- Chịu trách nhiệm chính trong khâu tiếp thị sản phẩm bằng cách tiến hành thực hiện các chiến dịch quảng cáo. Theo dõi hiệu quả của chiến dịch quảng cáo về cải tiến nội dung quảng cáo nếu cần.

**6. Bộ phận kế toán**

- Chịu trách nhiệm quản lý các khoản phải thu, phải chi, theo dõi đơn đốc nhân viên kinh doanh nhắc khách hàng thanh toán công nợ theo hợp đồng, theo dõi và giám sát việc làm hợp đồng với khách hàng nhằm tránh rủi ro về mặt tài chính.

**7. Bộ phận chuyên môn**

- Người thực hiện kĩ thuật, phụ trách chuyên môn, đảm bảo chất lượng cho các quy trình nghiệp vụ.

**8. Bộ phận tư vấn bán hàng**

- Vị trí này đòi hỏi con người khéo léo, nhẹ nhàng, kiên nhẫn, thấu hiểu, tinh tế, quan sát và có ngoại hình phù hợp. Chịu trách nhiệm tư vấn, hỗ trợ thông tin về thanh toán, hợp đồng, quyền lợi với khách hàng.



## D.

### LUÔN TÌM KIẾM: KẾT QUẢ

- Trực diện - không lòng vòng
- Được cung cấp thông tin nhanh nhất
- Quà tặng thiên về kinh doanh - thể thao
- Nói về kết quả - thời gian - không nhiều dữ liệu
- Cuộc đối thoại nhanh - không rườm rà
- Cho họ được quyền tự quyết

## I.

### LUÔN TÌM KIẾM: CẢM XÚC

- Quan tâm họ - thăm hỏi thường xuyên
- Gặp mặt - ăn uống vui vẻ
- Khen họ
- Quà tặng độc đáo - thẩm mỹ cao
- Hạn chế chi tiết và dữ liệu
- Tốc độ nhanh nhiều biểu cảm
- Khen ngợi - lắng nghe

## C.

### LUÔN TÌM KIẾM: THÔNG TIN

- Trực diện - chậm rãi - chi tiết
- Không cần gặp thường xuyên - có thể mail/sms
- Quà tặng phải có sự nghiên cứu kỹ - logic
- Cung cấp nhiều thông tin - dữ liệu chính xác
- Tôn trọng khoảng cách - câu chuyện cá nhân
- Tập trung vào chất lượng cao nhất và chi tiết

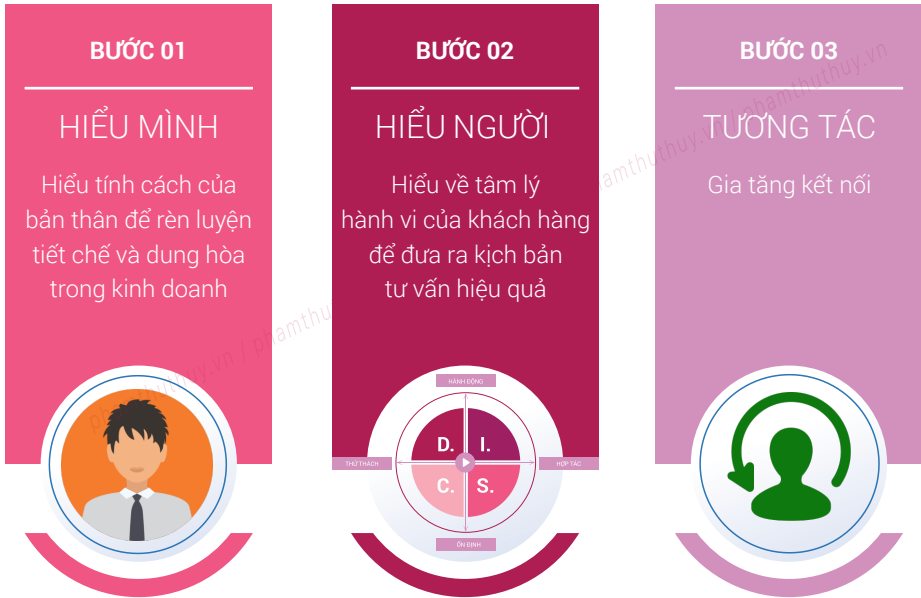
## S.

### LUÔN TÌM KIẾM: AN TOÀN

- Thăm hỏi về bản thân - gia đình họ
- Trò chuyện thân mật
- Quà tặng có thể cho cả người thân - gia đình họ
- Hãy trở thành bạn của họ
- Thích được khen ngợi - lắng nghe
- Nhẹ nhàng - không áp lực
- Thể hiện hỗ trợ - có cam kết



### 2.3. Ứng dụng DISC trong bán hàng



### 2.4. Bán hàng dựa trên sự thấu hiểu



**BƯỚC 2: ĐƯA KHÁCH HÀNG VÀO PHỄU**

- Thiết kế quà tặng giá trị qua hình ảnh, video chi tiết, cụ thể, rõ ràng.
- Xây dựng đội ngũ cộng tác viên, để truyền thông đầy đủ, kịp thời.
- Xây dựng kênh truyền thông đa kênh: facebook, zalo, email, sms...
- Đưa khách hàng về Form đăng ký.
- Lên kế hoạch chăm sóc theo từng điểm chạm với khách hàng.

**BƯỚC 3: CHĂM SÓC KHÁCH HÀNG**

- Xây dựng kịch bản và quy trình chăm sóc khách hàng theo từng điểm chạm online và offline.
- Liên tục đào tạo nội bộ, rút kinh nghiệm mỗi khi thành công hay thất bại.
- Lấy khách hàng làm trọng tâm, để khách hàng có trải nghiệm tốt nhất khi đến spa, phục vụ tận tâm, dịch vụ chất lượng.

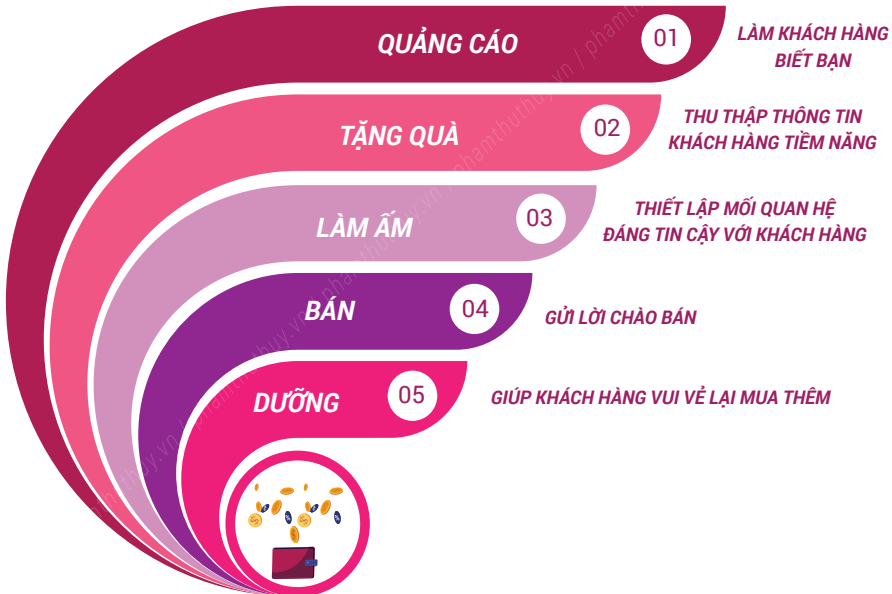


#### BƯỚC 4: CHỐT SALE

- Xây dựng các gói trải nghiệm để up sale (tăng giá trị đơn hàng) và down sale (giảm giá trị đơn hàng), áp dụng chính sách giá đa tầng và menu đã lựa chọn.
- Bán chéo các dịch vụ.

#### BƯỚC 5: CHIẾN LƯỢC TẠO FAN CUỒNG

- Bán nhiều hơn quảng cáo, cho đi nhiều hơn khi khách hàng đến.
- Cho khách hàng tốt nhất những gì bạn có, hãy làm mọi điều để cho họ có kết quả với sản phẩm dịch vụ của bạn.
- Giúp cho khách hàng có những trải nghiệm thú vị không bao giờ quên.
- Xây dựng quy trình để mọi thành viên đồng bộ trong việc phục vụ khách hàng.





## PHẠM THU THỦY (COACH)

- Cử Nhân Luật & Quản Trị Kinh Doanh.
- Y Sĩ & Giảng Viên Làm Đẹp Quốc Tế.
- Nhà Sáng Lập Hệ Sinh Thái Cố Vấn & Cung Ứng Giải Pháp Kinh Doanh Làm Đẹp BMES.
- Giám Đốc Đào Tạo Công Ty Cổ Phần Giáo Dục BeautyEdu.
- Giám Đốc Kinh Doanh Công Ty Cổ Phần Thương Mại Beauty Market.
- Giám Đốc Vận Hành Công Ty Thương Mại Liên Kết BeWon.
- Giám Đốc Điều Hành Công Ty Luật TNHH CTM.



Nếu tôi gặp vấn đề trong quản trị doanh nghiệp, tôi sẽ dành rất ít thời gian để nghĩ về vấn đề và tập trung thời gian để nghĩ về giải pháp.

Lãnh đạo hiệu quả sẽ tập trung giải pháp thay vì tập trung vào vấn đề.



**CHĂM SÓC DA  
KHOA HỌC**



**CHÂN - THUẬT - MỸ  
KHỜI NGHIỆP KINH DOANH  
SPA & MỸ PHẨM**



**VẬN HÀNH QUẢN LÝ  
TINH GỌN**

ISBN: 978-604-365-029-7



9 786043 650297

Giá: 450.000 VND