

The Saigon International
University



Khóa luận
tốt nghiệp

Thành phố Hồ Chí Minh – năm 2023

.....
KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

Ngành

Quản trị kinh doanh

Đề tài

Giải pháp nâng cao hiệu quả bán hàng công ty TNHH

Khang Phong Lê trên sàn thương mại điện tử Lazada

Giảng viên hướng dẫn

VÕ VĂN TIÊN

Sinh viên Trần Tố Uyên

MSSV: 74011901730



**The Saigon
International
University**

Lewis Campus

Email: admission@siu.edu.vn

Website: www.siu.edu.vn

LỜI CAM ĐOAN

Tôi xin cam đoan bài nghiên cứu khóa luận tốt nghiệp này là do chính tôi làm dưới sự hướng dẫn của thầy Võ Văn Tiên. Nội dung bài làm đều đúng với quy định và các nội dung tham khảo tôi đều đã trích dẫn rõ ràng. Nội dung bài là của tôi và không có lấy từ nguồn nào khác.

Tôi sẽ chịu trách nhiệm với bất cứ lỗi nào trong bài khóa luận của mình.

Tp.HCM, ngày 21 tháng 06 năm 2023

Họ và tên

TRẦN TỐ UYÊN

LỜI CẢM ƠN

Lời đầu tiên, tôi xin phép được cảm ơn thầy Võ Văn Tiên người đã theo sát mọi quá trình thực tập đến làm khóa luận tốt nghiệp của tôi. Cảm ơn thầy đã giành thời gian quý báu của mình để hướng dẫn tôi hoàn thành hoàn chỉnh bài báo cáo thực tập lẫn bài khóa luận tốt nghiệp.

Tiếp theo, tôi xin trân thành gửi lời cảm ơn đến quý công ty TNHH Khang Phong Lê đã tiếp nhận tôi thực tập và làm việc tại quý công ty. Cảm ơn anh Lê Chí Tâm người trực tiếp hướng dẫn tôi, người tận tình chịu khó dạy tôi và cho tôi những kiến thức thực tế mà tôi còn đang thiếu sót. Nhờ sự tận tình của anh tôi đã có thể hoàn thành bài một cách tốt nhất.

Tiếp theo, tôi xin gửi lời cảm ơn đến trường Đại Học Quốc Tế Sài Gòn. Ngôi trường tôi học trong suốt 4 năm qua. Sự tận tình của thầy cô đã giúp tôi hoàn thành 4 năm học rục rờ. Cảm ơn thầy cô đã truyền đạt, giảng dạy những kiến thức bổ ích, thực tế và hiện đại để tôi có thêm hành trang vững chải cho tương lai. Cảm ơn các thầy cô, công nhân viên của trường đã tạo cho tôi môi trường học tập vô cùng chuyên nghiệp. Được học và trải nghiệm cơ sở vật chất và đội ngũ công nhân viên tại trường là niềm vinh hạnh của tôi.

Cuối cùng, tôi muốn gửi lời cảm ơn đến những người bạn đã không ngại giúp đỡ, chỉ dẫn tôi, cho tôi những lời khuyên, những ý tưởng mà bản thân tôi chưa hiểu ra. Cảm ơn mọi người đã luôn đồng hành cùng tôi.

Tp.HCM, ngày 21 tháng 06 năm 2023

Người thực hiện

TRẦN TÓ UYÊN

NHẬN XÉT CỦA GIÁNG VIÊN HƯỚNG DẪN

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

GIẢNG VIÊN HƯỚNG DẪN

(Ký và ghi rõ họ tên)

VÕ VĂN TIÊN

Mục Lục

DANH MỤC VIẾT TẮT	8
DANH MỤC SƠ ĐỒ	9
DANH MỤC BẢNG BIỂU, HÌNH ẢNH	10
LỜI MỞ ĐẦU	11
CHƯƠNG 1: CƠ SỞ LÝ LUẬN	13
1.1 Các nền tảng lý luận.....	13
1.1.1 Như thế nào là bán hàng truyền thống	13
1.1.2 Như thế nào là bán hàng online.....	13
1.1.3 Phương thức kinh doanh.....	13
1.1.4 Vai trò của ngành thương mại điện tử.....	14
1.1.5 Quy trình bán hàng trên sàn thương mại điện tử Lazada.....	15
1.1.6 Kết luận	16
CHƯƠNG 2: THỰC TRẠNG BÁN HÀNG TRÊN SÀN THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ LAZADA CỦA CÔNG TY TNHH KHANG PHONG LÊ	18
2.1 Giới thiệu khái quát về công ty TNHH Khang Phong Lê	18
2.1.1 Quá trình hình thành và phát triển	18
2.1.2 Giới thiệu về công ty TNHH Khang Phong Lê	18
2.2 Chức năng và lĩnh vực hoạt động	18
2.2.1 Về lĩnh vực hoạt động.....	18
2.2.2 Chức năng chính.....	19
2.3 Cơ cấu tổ chức.....	19
2.4 Mối quan hệ liên kết với các đơn vị đối tác trong hoạt động kinh doanh của công ty TNHH Khang Phong Lê.....	20
2.4.1 Đối tác kênh siêu thị	20
2.4.2 Đối tác kênh nhà sách	20
2.4.3 Đối tác kênh nhà phân phối đại lý.....	21
2.5 Tình hình kinh doanh của công ty TNHH Khang Phong Lê	21
2.6 Chiến lược và phương hướng phát triển của công ty TNHH Khang Phong Lê	22
2.7 Thực trạng bán hàng trên sàn thương mại điện tử Lazada của công ty TNHH Khang Phong Lê.....	23
2.7.1 Tình hình thực tế quy trình bán hàng trên sàn thương mại điện tử Lazada. 23	
2.8 Tổng kết chương 2.....	24
CHƯƠNG 3: GIẢI PHÁP GIÚP TĂNG HIỆU QUẢ BÁN HÀNG TRÊN SÀN THƯƠNG MẠI LAZADA CỦA CÔNG TY TNHH KHANG PHONG LÊ	25
3.1 Định hướng phát triển của công ty TNHH Khang Phong Lê	25
3.2 Dự báo hiệu quả bán hàng trên sàn thương mại điện tử Lazada của công ty TNHH Khang Phong Lê.....	25
3.3 Các giải pháp bán hàng hiệu quả trên sàn thương mại điện tử Lazada	25

3.4 Các kiến nghị đến công ty TNHH Khang Phong Lê.....	27
KẾT LUẬN	28
TÓM TẮT KẾT QUẢ ĐỀ TÀI	29
TÀI LIỆU THAM KHẢO	30

DANH MỤC VIẾT TẮT

STT	TỪ VIẾT TẮT	NGHĨA
1	TNHH	Trách nhiệm hữu hạn
2	B2B	Mô hình kinh doanh giữa doanh nghiệp với doanh nghiệp
3	B2C	Mô hình kinh doanh giữa doanh nghiệp với khách hàng
4	GDP	Chỉ số kinh tế

DANH MỤC SƠ ĐỒ

STT	SƠ ĐỒ
1	Sơ đồ 1.1 : Quy trình bán hàng trên sàn thương mại Lazada của công ty TNHH Khang Phong Lê

DANH MỤC BẢNG BIỂU, HÌNH ẢNH

BẢNG BIỂU	HÌNH ẢNH	BIỂU ĐỒ
Bảng 2.1: Kết quả kinh doanh của công ty TNHH Khang Phong Lê năm 2020 đến năm 2022 (trang 18) Bảng 2.2 Sơ đồ quy trình bán hàng trên sàn Lazada của công ty TNHH Khang Phong Lê (trang 19)	Hình 2.1: Logo công ty TNHH Khang Phong Lê (trang 15)	Biểu đồ 2.1 Kết quả hoạt động kinh doanh của công ty giai đoạn (trang 18)

LỜI MỞ ĐẦU

- **Lý do chọn đề tài**

Như đã biết ngành thương mại điện tử đang là một trong những ngành nghề hot nhất hiện nay. Bất kỳ doanh nghiệp lớn nhỏ, buôn bán nhỏ lẻ hay cá nhân nào đều có thể khởi nghiệp trên nền tảng này. Đây có thể được xem như là nguồn thu nhập thứ hai giúp nền kinh tế phát triển. Thương mại điện tử từ những năm 1991 đã dần thay đổi tư duy mua sắm của người tiêu dùng cho đến năm 2020 nó thật sự bùng nổ bởi diễn biến của dịch Covid 19, cả thế lúc này rơi vào trạng thái giãn cách xã hội không người dân nào được phép ra đường cho đến khi hết chỉ thị. Lúc bấy giờ, người dân buộc phải mua sắm qua online từ đó làm cho nền tảng thương mại điện tử được đẩy mạnh hơn và nó cứ vậy phát triển cho đến hiện tại.

Hiện nay, trên thị trường có rất nhiều sàn thương mại điện tử như Lazada, Shopee, Tiki, Sendo,... Đây được ví như những ông lớn trong nền tảng trao đổi bán hàng online. Để có thể hoàn thành tốt bài nghiên cứu của mình, tôi đã lựa chọn công ty TNHH Khang Phong Lê là nơi tôi có thể phát triển và Lazada là nền tảng sàn thương mại mà tôi muốn tìm hiểu. Tôi muốn thông qua bài nghiên cứu này sẽ phần nào giúp cho những người muốn kinh doanh trên sàn thương mại điện tử Lazada dễ dàng hơn và ít mắc lỗi hơn.

- **Mục tiêu nghiên cứu**

Nghiên cứu và tìm ra giải pháp giúp nâng cao hiệu quả bán hàng trên sàn thương mại Lazada giúp công ty TNHH Khang Phong Lê có thể tối ưu được các khoản chi phí, thúc đẩy doanh số bán hàng.

- **Phương pháp sử dụng**

Vận dụng các kiến thức đã học trên sách vở, từ thầy cô, bạn bè và quá trình thực tập thực tế tại công ty TNHH Khang Phong Lê để nghiên cứu.

Ngoài ra, sử dụng Internet làm công cụ hỗ trợ tìm kiếm thông tin, tài liệu liên quan để tham khảo, học hỏi giúp phát triển tư duy tìm ra được giải pháp tốt nhất cho bài nghiên cứu.

- **Kết cấu**

Chương 1: Cơ sở lý luận

Chương 2: Thực trạng bán hàng trên sàn thương mại điện tử Lazada công ty TNHH

Khang Phong Lê

Chương 3: Giải pháp

Chương 4: Kết luận

CHƯƠNG 1: CƠ SỞ LÝ LUẬN

1.1 Các nền tảng lý luận

1.1.1 Như thế nào là bán hàng truyền thống

Khái niệm:

Bán hàng truyền thống là kênh bán hàng trực tiếp, người tiêu dùng sẽ trực tiếp đến cửa hàng, đại lý, siêu thị, tạp hóa để mua món đồ họ muốn. Mọi hoạt động mua bán đều diễn ra trực tiếp.

Ưu điểm:

Người tiêu dùng mua trực tiếp có thể biết được chất liệu, chất lượng sản phẩm ra sao.

Nhược điểm:

Hạn chế địa điểm mua hàng, ít sự lựa chọn người bán. Không so sánh được giá cả nhiều. Phải di chuyển đến cửa hàng, siêu thị, tạp hóa mới mua được mặt hàng mình cần.

1.1.2 Như thế nào là bán hàng online

Khái niệm:

Bán hàng online là kênh bán hàng thông qua mạng xã hội, trang web, sàn thương mại điện tử. Ở bất cứ nơi nào, người tiêu dùng đều sẽ có thể mua được mặt hàng họ muốn.

Ưu điểm:

Thuận tiện, có thể so sánh được giá cả, có nhiều lựa chọn, đa dạng mặt hàng, tiết kiệm thời gian, không phải di chuyển đến cửa hàng. Các dịch vụ mua bán được đảm bảo về chính sách bởi các nhà bán hàng.

Nhược điểm:

Không trực tiếp thấy được sản phẩm, rủi ro hàng giả cao, hàng kém chất lượng. Thời gian nhận hàng lâu.

1.1.3 Phương thức kinh doanh

Công ty TNHH Khang Phong Lê đã vận dụng cả hai mô hình bán hàng B2B và B2C. Đây là hai mô hình mà hiện nay hầu hết các doanh nghiệp đều áp dụng vào hoạt động kinh doanh.

Mô hình B2B là mô hình kinh doanh giữa doanh nghiệp với doanh nghiệp. Với mô hình này, các doanh nghiệp sẽ hợp tác với nhau để trao đổi hàng hóa, phân phối hàng đến các đại lý, trung tâm thương mại, siêu thị, các nhà bán lẻ. Công ty TNHH Khang Phong Lê áp dụng mô hình này nhằm mục tiêu phát triển thị trường bán sỉ. Đây mạnh việc bán sỉ giúp công ty có thêm nhiều đối tác.

Mô hình B2C là mô hình hiện nay đang được các doanh nghiệp đưa vào hoạt động kinh doanh khá phổ biến. Đây được coi như là một mô hình thuận tiện giúp doanh nghiệp tiết kiệm được rất nhiều chi phí và thu về lợi nhuận khá cao. Công ty TNHH Khang Phong Lê áp dụng mô hình kinh doanh này trên nền tảng bán hàng thông qua các trang mạng xã hội như facebook, Instagram, Zalo,... Các trang thương mại điện tử như Lazada, Shopee, Tiki, Sendo,... Trang web trên nền tảng google.

1.1.4 Vai trò của ngành thương mại điện tử

Từ những năm 1991 khi Internet được ra đời, đây được xem như là cột mốc thay đổi lớn trong lịch sử loài người. Internet ra đời đóng vai trò vô cùng quan trọng trong đời sống thường ngày, trong công việc. Internet không thể thiếu trong bất kỳ lĩnh vực nào cho đến nay thì nó đã trở thành công cụ đắc lực giúp nền kinh tế thế giới phát triển.

Thời kỳ đổi mới, mọi thứ được trao đổi thông qua mạng xã hội. Mọi thứ bạn cần đều có chỉ cần một chiếc điện thoại hay bất kỳ vật nào có thể truy cập được vào internet.

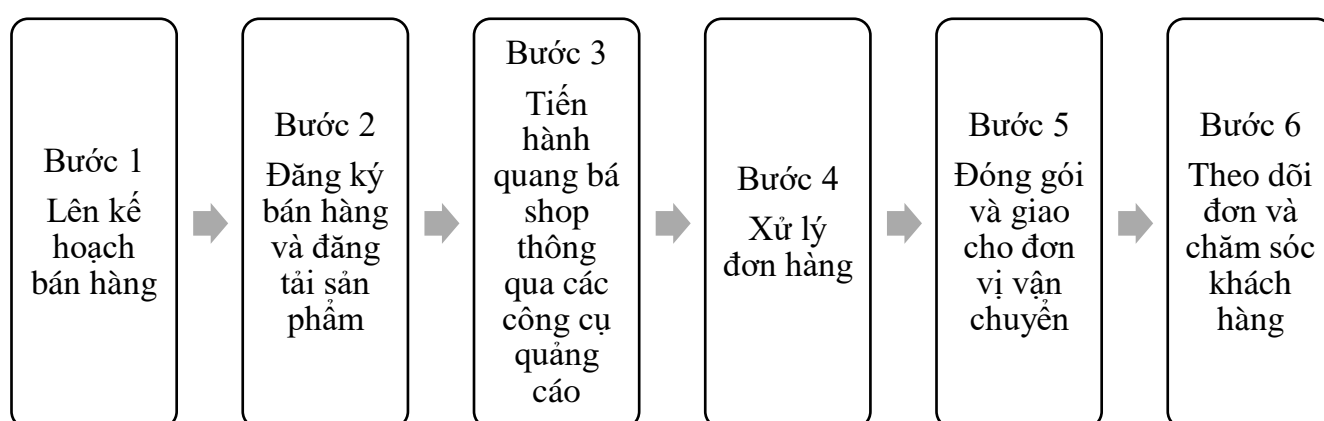
Như đã nói ở phần cơ sở lý luận, ngành thương mại điện tử đóng một vai trò vô cùng quan trọng trên thị trường kinh doanh hiện nay. Đây được xem như là nguồn thu nhập vô cùng lớn cho bất cứ doanh nghiệp, cá nhân nào.

Thương mại điện tử ra đời giúp cho việc mua sắm của người tiêu dùng trở nên thuận tiện và dễ dàng hơn rất nhiều. Thương mại điện tử chiếm vị trí vô cùng quan trọng trong nền kinh tế của đất nước. Phần lớn GDP của đất nước đến từ sàn thương mại điện tử.

Ngành thương mại điện tử giúp người tiêu dùng đến gần hơn với doanh nghiệp. Giúp doanh nghiệp có thể trực tiếp tiếp cận được khách hàng không phải thông qua một kênh trung gian nào khác.

1.1.5 Quy trình bán hàng trên sàn thương mại điện tử Lazada

Ở bất kỳ công ty nào sẽ có quy trình bán hàng và quy định bán hàng để có thể thống nhất tránh được các trường hợp nhân viên làm sai ảnh hưởng đến công ty. Sau đây là quy trình bán hàng trên sàn thương mại điện tử của công ty TNHH Khang Phong Lê:



Sơ đồ 1.1: Quy trình bán hàng trên sàn thương mại Lazada của công ty TNHH Khang Phong Lê

Bước 1: Lên kế hoạch bán hàng

Tiếp nhận thông tin từ sếp, chuẩn bị và lên kế hoạch bán hàng trên sàn thương mại điện tử Lazada. Tìm hiểu các chính sách bán hàng, các ngành hàng được phép bán trên sàn Lazada. Nắm rõ các thông tin sản phẩm, giá của sản phẩm.

Bước 2: Đăng ký bán hàng và đăng tải sản phẩm

Truy cập vào kênh bán hàng của Lazada đăng ký các thông tin theo yêu cầu của sàn.

Đăng tải các sản phẩm theo đúng quy định của sàn. Chỉnh sửa hình ảnh phù hợp, đăng tải nội dung video sản phẩm.

Bước 3: Tiến hàng quảng bá shop thông qua các công cụ hỗ trợ nhà bán hàng trên sàn thương mại điện tử Lazada.

Sử dụng công cụ tài trợ hiển thị sản phẩm và công cụ tài trợ sản phẩm mới để đưa các sản phẩm của công ty tiếp cận được với khách hàng.

Đăng ký các mã giảm giá, các chương trình sale hàng tháng của Lazada thúc đẩy tăng khả năng ra đơn nhanh hơn.

Bước 4: Xử lý đơn hàng

Tiếp nhận đơn đặt hàng từ khách hàng, nhắn tin cho khách hàng xác nhận đơn hàng.

Bước 5: Đóng gói và giao cho đơn vị vận chuyển

Kiểm tra sản phẩm đảm bảo các tiêu chí hàng còn hạn sử dụng, bao bì đóng gói không bị hư hại, đúng mẫu mã khách đặt.

Đóng gói kỹ càng, đối với sản phẩm thủy tinh cần có bọc chống sốc và băng keo ghi chú hàng dễ vỡ.

Giao đơn cho đơn vị vận chuyển đúng hạn.

Bước 6: Theo dõi đơn và chăm sóc khách hàng

Theo dõi tình trạng vận hành đơn đảm bảo đơn đến tay khách hàng đúng hạn. Kiểm soát đơn nếu có đơn khách không nhận, liên hệ hỗ trợ đơn vị vận chuyển giục khách nhận hàng. Nếu khách bom hàng theo dõi đơn hàng và yêu cầu bên vận chuyển hoàn đơn.

Nhắn tin chăm sóc khách hàng trước và sau khi mua hàng. Gửi tin nhắn cảm ơn và nhắc khách đánh giá sản phẩm của shop. Gửi voucher giảm giá cho lần mua tiếp theo tăng khả năng khách quay lại mua hàng.

1.1.6 Kết luận

Phần cơ sở lý luận đã giúp phần nào hiểu hơn về bán hàng truyền thống và bán hàng trên sàn thương mại điện tử. Từ đó, làm rõ tầm quan trọng của ngành thương mại điện tử. Các khái niệm về hai mô hình kinh doanh B2B và B2C nâng cao được hiệu quả bán

hàng cho công ty TNHH Khang Phong Lê giúp hình dung được hoạt động kinh doanh của công ty đang đi theo phương pháp nào.

CHƯƠNG 2: THỰC TRẠNG BÁN HÀNG TRÊN SÀN THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ LAZADA CỦA CÔNG TY TNHH KHANG PHONG LÊ

2.1 Giới thiệu khái quát về công ty TNHH Khang Phong Lê

2.1.1 Quá trình hình thành và phát triển

Công ty TNHH Khang Phong Lê được thành lập vào năm 2014, công ty đã hoạt động trong lĩnh vực xuất nhập khẩu 9 năm. Với đội ngũ nhân viên trẻ nhiệt huyết, tận tâm với nghề đã giúp công ty trở thành một trong những công ty hàng đầu trong ngành xuất nhập khẩu trong nước.

2.1.2 Giới thiệu về công ty TNHH Khang Phong Lê

Tên đầy đủ: Công Ty TNHH Khang Phong Lê

Số điện thoại: 0907758687

Giấy phép đăng ký lần đầu: ngày 18 tháng 04 năm 2014



Hình 2.1: Logo công ty TNHH Khang Phong Lê

2.2 Chức năng và lĩnh vực hoạt động

2.2.1 Về lĩnh vực hoạt động

Công ty TNHH Khang Phong Lê là công ty hàng đầu Việt Nam về nhập khẩu và phân phối các mặt hàng tiêu dùng như sữa, bánh kẹo, gia vị,... từ các nước như Đài Loan, Hàn Quốc, Nhật Bản, Trung Quốc, Nga, Pháp,...

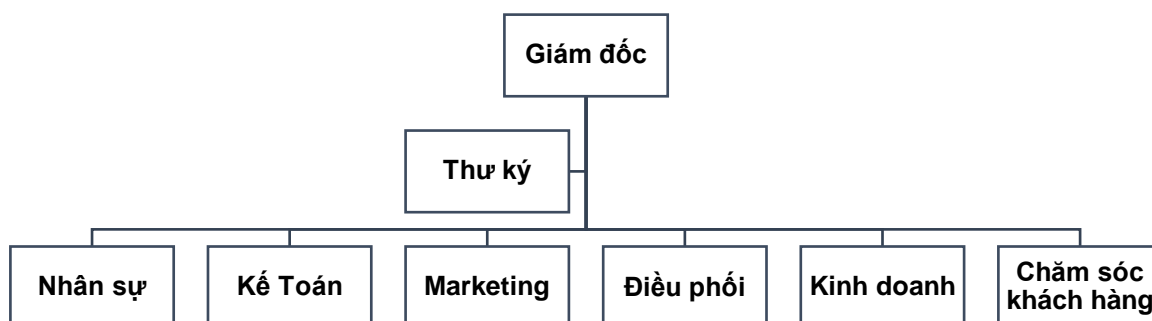
2.2.2 Chức năng chính

Công ty TNHH Khang Phong Lê chuyên nhận đặt hàng từ khách hàng, nhập khẩu các mặt hàng theo yêu cầu của khách hàng. Phân phối nguồn hàng tới đại lý, nhà phân phối lớn nhỏ, các kênh siêu thị lớn.

Công ty cập nhật các mặt hàng bán chạy trên thị trường Việt Nam. Nắm bắt xu hướng tiêu dùng, nhập khẩu các mặt hàng có thương hiệu, tem nhãn dán chống hàng giả. Hợp tác nhập khẩu các mặt hàng chính hãng từ các nước.

2.3 Cơ cấu tổ chức

Sơ đồ cơ cấu tổ chức



Hình 2.1 Sơ đồ cơ cấu tổ chức công ty TNHH Khang Phong Lê

Chức năng và nhiệm vụ của các phòng ban

- **Giám đốc:** chịu trách nhiệm điều hành quản lý công ty đưa ra định hướng phát triển công ty. Người đứng ra giải quyết mọi vấn đề xảy ra tại công ty. Giải quyết các vấn đề liên quan đến pháp luật. Ban hành các nội quy, quy tắc của công ty.
- **Thư ký:** sắp xếp lịch trình làm việc cho giám đốc, tiếp nhận các hồ sơ, thông tin từ cấp dưới báo cáo lại với giám đốc. Chuyển các báo cáo, nội quy, công việc tới các phòng ban.
- **Nhân sự:** quản lý các công việc liên quan đến đào tạo, tuyển dụng, lương, phúc lợi. Quản trị nguồn nhân lực, phân tích và báo cáo về tình hình nhân sự. Lưu trữ,

làm hồ sơ, các thủ tục nhận việc của nhân viên mới. Giải quyết mọi khiếu nại từ các phòng ban.

- **Kế toán:** thực hiện mọi công việc liên quan đến tài chính của công ty. Làm bảng lương, tính công nợ. Làm báo cáo về hoạt động kinh doanh, bảng cân đối kế toán.
- **Marketing:** Thực hiện các kế hoạch Marketing đề ra, đảm bảo hoạt động Marketing. Tạo ra nội dung marketing sáng tạo, thu hút khách hàng mục tiêu.
- **Điều phối:** sắp xếp lịch trình giao hàng đúng hạn, điều phối nhân viên giao hàng theo đúng tuyến đường. Xử lý mọi vấn đề liên quan trong quá trình giao nhận hàng của công ty.
- **Kinh doanh:** tìm kiếm khách hàng tiềm năng, chăm sóc khách hàng. Lên kế hoạch bán hàng, nắm rõ thị trường làm báo cáo. Chịu trách nhiệm quản lý công nợ, hợp đồng với khách hàng. Nắm rõ các nội quy, quy trình kinh doanh.
- **Chăm sóc khách hàng:** gọi điện tư vấn, chăm sóc khách hàng mới và cũ. Nhắn tin gửi voucher, các chương trình của công ty.

2.4 Môi quan hệ liên kết với các đơn vị đối tác trong hoạt động kinh doanh của công ty TNHH Khang Phong Lê

Là một trong những công ty nhập khẩu hàng đầu về ngành hàng tiêu dùng công ty TNHH Khang Phong Lê đã hợp tác với rất nhiều công ty, đại lí và nhà phân phối uy tín.

2.4.1 Đối tác kênh siêu thị

Hiện tại, kênh siêu thị công ty đang hợp tác với Winmart, Circle K, Family Mart, Seven eleven. Các siêu thị, cửa hàng tiện lợi đang là các đối tác lớn của công ty. Siêu thị, cửa hàng tiện lợi chuyên nhập các mặt hàng bánh kẹo trưng bày tại siêu thị.

2.4.2 Đối tác kênh nhà sách

Công ty TNHH Khang Phong Lê đang hợp tác với các nhà sách tại Tp.HCM như nhà sách Fahasa, nhà sách Phương Nam. Nhà sách chuyên nhập kẹo cho con nít là chủ yếu.