

CRM với VHTerp

Quản lý quan hệ khách hàng (CRM - Customer Relationship Management) là một phần quan trọng trong việc quản lý doanh nghiệp, giúp xây dựng mối quan hệ bền vững với khách hàng. **VHTerp** cung cấp một hệ thống CRM tích hợp toàn diện, giúp doanh nghiệp tối ưu hóa các quy trình bán hàng, tăng cường tương tác và duy trì mối quan hệ với khách hàng.

- Giới thiệu
- Lead(tiềm năng) trong CRM
- Prospect(Triển vọng)
- Opportunity - Cơ hội
- Stage - Giai đoạn
- Lead Owner - Người theo dõi tiềm năng
- Deal Owner - Người giám sát giao dịch
- Prospect Owner - Người theo dõi triển vọng
- So sánh Lead Owner, Prospect Owner, Deal Owner
- Opportunity Owner - Người quản lý cơ hội
- Quy trình bán hàng(Sales Pipeline)
- Cơ hội bán hàng tiềm năng(Potential Sales Dea)

Giới thiệu

Giới Thiệu về CRM trong VHTerp

Quản lý quan hệ khách hàng (CRM - Customer Relationship Management) là một phần quan trọng trong việc quản lý doanh nghiệp, giúp xây dựng mối quan hệ bền vững với khách hàng. **VHTerp** cung cấp một hệ thống CRM tích hợp toàn diện, giúp doanh nghiệp tối ưu hóa các quy trình bán hàng, tăng cường tương tác và duy trì mối quan hệ với khách hàng.

Điểm Nổi Bật Của CRM Trong VHTerp

1. Quản Lý Khách Hàng Toàn Diện

CRM trong **VHTerp** cho phép doanh nghiệp quản lý toàn bộ thông tin khách hàng, bao gồm:

- Thông tin liên hệ (tên, email, số điện thoại).
- Lịch sử giao dịch.
- Thông tin doanh thu, các giao dịch trong quá khứ.

2. Quản Lý Lead và Prospect

Hệ thống cho phép doanh nghiệp theo dõi toàn bộ quy trình chuyển đổi từ **Lead** (đối tượng tiềm năng) sang **Prospect** (đối tượng có khả năng giao dịch cao). Các tính năng bao gồm:

- Phân loại và đánh giá Lead.
- Tăng cường tương tác với Prospect.

3. Quản Lý Pipeline Bán Hàng

VHTerp cung cấp giao diện hiển thị pipeline bán hàng, giúp doanh nghiệp theo dõi:

- Tỷ lệ chuyển đổi qua các giai đoạn bán hàng.
- Các giao dịch đang chờ xử lý.
- Doanh thu dự kiến cho mỗi giao dịch.

4. Tích Hợp Email và Tùy Chỉnh Thông Báo

- Gửi email trực tiếp từ giao diện CRM.
- Tích hợp lịch sử email với khách hàng.
- Tạo những thông báo tùy chỉnh cho giao dịch quan trọng.

5. Báo Cáo Chi Tiết

CRM trong **VHTerp** cung cấp nhiều báo cáo chi tiết, bao gồm:

- Báo cáo doanh thu theo khách hàng.
- Tổng quan pipeline bán hàng.
- Phân tích hiệu suất bán hàng.

6. Tích Hợp Toàn Diện

CRM trong **VHTerp** tích hợp với nhiều module khác như **Sales, Purchase, Inventory, Accounting**, giúp doanh nghiệp quản lý một cách thông nhất và hiệu quả.

Lợi Ích Của CRM Trong **VHTerp**

- **Tăng cường hiệu quả bán hàng:** Giúp quá trình chuyển đổi Lead thành khách hàng nhanh chóng hơn.
- **Nâng cao sự hài lòng khách hàng:** Theo dõi và tương tác với khách hàng một cách cá nhân hóa.
- **Ra quyết định dựa trên dữ liệu:** Báo cáo chi tiết và phân tích hiệu suất giúp doanh nghiệp đầu tư hiệu quả hơn.

Lead(tiềm năng) trong CRM

Lead trong CRM là gì?

Lead trong CRM (Customer Relationship Management) là thông tin về một cá nhân hoặc tổ chức có thể trở thành khách hàng tiềm năng của doanh nghiệp. Đây là bước đầu tiên trong quy trình bán hàng, nơi doanh nghiệp thu thập thông tin về những người có khả năng quan tâm đến sản phẩm hoặc dịch vụ mà họ cung cấp.

Ví dụ, một "Lead" có thể là một cá nhân đã điền vào biểu mẫu trên trang web của bạn để yêu cầu báo giá, hoặc một công ty đã để lại thông tin liên hệ trong một sự kiện hội thảo.

Hoạt động của Lead trong VHTerp

Trong **VHTerp**, Lead được quản lý qua một quy trình cụ thể và thường là bước đầu tiên trong chu trình bán hàng. Quy trình này bao gồm:

1. Tạo Lead

- Một Lead có thể được tạo tự động (ví dụ: từ biểu mẫu trên website tích hợp với **VHTerp**) hoặc được nhập thủ công bởi đội ngũ bán hàng.
- Thông tin cơ bản của Lead bao gồm:
 - **Tên:** Tên cá nhân hoặc tổ chức.
 - **Email:** Địa chỉ email của Lead.
 - **Số điện thoại:** Thông tin liên hệ khác.
 - **Nguồn gốc của Lead:** Ví dụ: hội thảo, quảng cáo, website, mạng xã hội, v.v.
 - **Trạng thái Lead:** Ví dụ: Mở (Open), Đã liên lạc (Contacted), Không quan tâm (Unqualified).

2. Phân loại Lead

- Lead có thể được phân loại dựa trên:
 - **Mức độ quan tâm:** Xác định khả năng Lead chuyển đổi thành khách hàng.
 - **Ngành nghề:** Lĩnh vực mà Lead hoạt động.
 - **Vị trí địa lý:** Giúp phân bổ công việc cho các nhân viên kinh doanh tại khu vực phù hợp.

3. Quản lý Lead

- Trong CRM của **VHTerp**, bạn có thể:
 - **Ghi lại các tương tác**: Lưu trữ email, cuộc gọi hoặc các cuộc họp với Lead.
 - **Gắn nhiệm vụ (Task)**: Tạo công việc cần làm, ví dụ: gọi điện hoặc gửi email theo dõi.
 - **Đặt thời hạn (Follow-Up)**: Theo dõi Lead tại thời điểm cụ thể để tăng khả năng chuyển đổi.

4. Chuyển đổi Lead

- Một Lead tiềm năng có thể được chuyển đổi thành:
 - **Cơ hội (Opportunity)**: Khi Lead thể hiện ý định mua sản phẩm hoặc dịch vụ.
 - **Khách hàng (Customer)**: Khi Lead đã được xác định rõ ràng là sẽ mua hàng.
 - **Đơn hàng bán hàng (Sales Order)**: Nếu đã có thỏa thuận rõ ràng.

5. Đóng trạng thái Lead

- Khi Lead không còn tiềm năng hoặc không quan tâm, trạng thái của Lead có thể được đóng lại (Closed) hoặc đánh dấu là không phù hợp (Unqualified).

Ví dụ minh họa về quy trình Lead

1. **Tạo Lead**: Công ty A tham dự một hội thảo về phần mềm ERP và điền thông tin vào biểu mẫu.
2. **Phân loại Lead**: Công ty A được gắn nhãn là "Doanh nghiệp nhỏ" với ngành nghề "Sản xuất".
3. **Quản lý Lead**: Nhân viên bán hàng gọi điện để giới thiệu sản phẩm và ghi lại cuộc gọi trong **VHTerp**.
4. **Chuyển đổi Lead**: Công ty A bày tỏ nhu cầu mua phần mềm, Lead được chuyển thành Cơ hội (Opportunity).
5. **Đóng trạng thái**: Nếu không thành công, trạng thái Lead có thể được đánh dấu là không quan tâm (Unqualified).

Lợi ích của việc quản lý Lead trong VHTerp

1. **Hiểu rõ nguồn khách hàng tiềm năng**: Dễ dàng xác định kênh tiếp thị hiệu quả.
2. **Tăng khả năng chuyển đổi**: Theo dõi sát sao và thực hiện các bước cần thiết để chuyển đổi Lead thành khách hàng.
3. **Tự động hóa quy trình**: **VHTerp** giúp tự động hóa nhiều bước như theo dõi Lead, gửi email hoặc chuyển đổi trạng thái.

4. **Dữ liệu tập trung:** Lưu trữ tất cả thông tin và tương tác với Lead tại một nơi.

Prospect (Triển vọng)

Trong CRM (Customer Relationship Management), **Prospect** là một thuật ngữ được sử dụng để chỉ một cá nhân hoặc tổ chức có tiềm năng trở thành khách hàng của công ty. Prospect thường nằm ở giai đoạn đầu trong quá trình bán hàng hoặc tiếp thị.

Đặc điểm của một Prospect:

1. Tiềm năng trở thành khách hàng:

- Prospect là đối tượng có khả năng mua sản phẩm hoặc dịch vụ của bạn, nhưng chưa thực hiện bất kỳ giao dịch nào.

2. Đã được nhận diện và phân loại:

- Prospect khác với một **Lead** ở chỗ họ đã được đánh giá và xác định có nhu cầu hoặc khả năng tài chính phù hợp với sản phẩm/dịch vụ của bạn.

3. Đang trong quá trình tương tác:

- Prospect thường là đối tượng mà công ty đã bắt đầu tiếp cận, có thể qua email, cuộc gọi, hoặc gặp gỡ trực tiếp để tìm hiểu thêm về nhu cầu và khả năng mua hàng.

4. Có nhu cầu hoặc quan tâm:

- Prospect thường đã thể hiện một mức độ quan tâm cụ thể đến sản phẩm hoặc dịch vụ, ví dụ như gửi yêu cầu thông tin, tham gia hội thảo, hoặc truy cập trang web.

Quy trình chuyển đổi từ **Lead** sang **Prospect**:

1. Xác định tiềm năng:

- Lead (khách hàng tiềm năng) được đánh giá dựa trên thông tin đã cung cấp (ví dụ: vị trí địa lý, ngành nghề, nhu cầu, khả năng tài chính).
- Nếu đủ tiêu chuẩn, Lead sẽ được chuyển thành Prospect.

2. Bắt đầu tương tác:

- Giai đoạn này công ty bắt đầu các cuộc trò chuyện chi tiết hơn với Prospect để hiểu rõ nhu cầu và khả năng hợp tác.

3. Xây dựng mối quan hệ:

- Mục tiêu là thiết lập lòng tin và giải thích lợi ích của sản phẩm/dịch vụ để thuyết phục họ tiến thêm một bước trong hành trình mua hàng.

Phân biệt giữa Lead, Prospect và Customer:

Thuật ngữ	Định nghĩa
Lead	Một đối tượng có thể quan tâm đến sản phẩm/dịch vụ nhưng chưa được đánh giá cụ thể.
Prospect	Đối tượng đã được đánh giá có tiềm năng và đang trong giai đoạn tương tác để thúc đẩy giao dịch.
Customer	Đối tượng đã thực hiện giao dịch và trở thành khách hàng chính thức của công ty.

Vai trò của Prospect trong **VHTerp** CRM:

Trong **VHTerp** CRM, Prospect được quản lý trong danh sách khách hàng tiềm năng. Bạn có thể theo dõi các thông tin như:

- Nhu cầu sản phẩm/dịch vụ.
- Mức độ quan tâm.
- Lịch sử tương tác.
- Tiến độ trong quá trình chuyển đổi thành khách hàng.

Tóm lại:

Prospect là một cá nhân hoặc tổ chức có khả năng và ý định mua hàng nhưng chưa hoàn tất giao dịch. Đây là giai đoạn quan trọng trong quy trình bán hàng, nơi bạn cần tập trung vào việc hiểu nhu cầu, xây dựng mối quan hệ, và thúc đẩy họ tiến đến giai đoạn mua hàng.

Opportunity - Cơ hội

Opportunity trong VHTerp

Opportunity trong **VHTerp** là một tính năng của mô-đun **CRM (Customer Relationship Management)**, dùng để quản lý và theo dõi các cơ hội kinh doanh với khách hàng tiềm năng hoặc hiện tại. Đây là bước quan trọng sau khi xác định **Lead** hoặc **Prospect**, nhằm ghi nhận và theo dõi các giao dịch bán hàng tiềm năng.

Cách hoạt động của Opportunity trong VHTerp

1. Tạo Opportunity:

- Opportunity được tạo khi một khách hàng tiềm năng hoặc hiện tại thể hiện sự quan tâm đến sản phẩm hoặc dịch vụ.
- Có thể được tạo từ:
 - Lead (Khách hàng tiềm năng).
 - Prospect (Khách hàng triển vọng).
 - Khách hàng hiện tại trong hệ thống.

2. Các trường quan trọng trong Opportunity:

- **Customer/Lead/Prospect:** Chỉ định đối tượng liên quan đến cơ hội kinh doanh.
- **Opportunity Type:** Loại cơ hội, ví dụ: Dịch vụ, Sản phẩm, hoặc Hỗn hợp.
- **Expected Closing Date:** Ngày dự kiến kết thúc giao dịch.
- **Opportunity Amount:** Giá trị ước tính của cơ hội.
- **Next Contact Date:** Ngày liên lạc tiếp theo để theo dõi.
- **Sales Stage:** Giai đoạn bán hàng hiện tại, ví dụ: Gặp gỡ, Báo giá, Đàm phán.
- **Source:** Nguồn của cơ hội, ví dụ: Website, Hội thảo, Email marketing.

3. Theo dõi và Quản lý Opportunity:

- **VHTerp** cho phép bạn thêm ghi chú, tạo nhiệm vụ, hoặc liên kết với các tài liệu khác như báo giá (Quotation) hoặc đơn hàng (Sales Order).
- Cung cấp khả năng theo dõi lịch sử giao tiếp với khách hàng liên quan đến cơ hội này.

4. Chuyển đổi Opportunity:

- Khi Opportunity phát triển thành giao dịch thực tế, bạn có thể:
 - Tạo **Quotation** (Báo giá) từ Opportunity.
 - Tiến hành các bước bán hàng khác, như tạo **Sales Order** hoặc **Invoice**.

5. Báo cáo và Phân tích:

- **VHTerp** cung cấp các báo cáo giúp bạn phân tích các cơ hội kinh doanh, như:
 - Tỷ lệ chuyển đổi từ Opportunity thành giao dịch thành công.
 - Giá trị tiềm năng của các cơ hội.
 - Giai đoạn bán hàng hiện tại của các Opportunity.
-

Lợi ích của Opportunity trong VHTerp

- **Quản lý tập trung:** Lưu trữ và quản lý tất cả cơ hội kinh doanh trong một nền tảng duy nhất.
 - **Tăng hiệu quả bán hàng:** Theo dõi và ưu tiên các cơ hội có tiềm năng cao nhất.
 - **Cải thiện khả năng dự báo:** Phân tích cơ hội giúp dự đoán doanh thu trong tương lai.
 - **Hỗ trợ ra quyết định:** Dựa trên các thông tin chi tiết như tỷ lệ chuyển đổi và giá trị cơ hội.
-

Ví dụ về Quy trình Opportunity

1. **Bắt đầu:** Một khách hàng gửi email yêu cầu thông tin về sản phẩm.
2. **Tạo Opportunity:** Nhân viên bán hàng ghi nhận yêu cầu này trong **VHTerp** như một Opportunity.
3. **Theo dõi:** Nhân viên liên lạc với khách hàng, cung cấp thêm thông tin và báo giá.
4. **Chuyển đổi:** Nếu khách hàng quyết định mua hàng, Opportunity được chuyển đổi thành Sales Order hoặc Invoice.

Opportunity trong VHTerp là công cụ quan trọng để tối ưu hóa quy trình bán hàng, đảm bảo không bỏ lỡ các cơ hội kinh doanh tiềm năng.

Stage - Giai đoạn

Stage trong CRM là **giai đoạn** trong quy trình quản lý khách hàng tiềm năng hoặc cơ hội (Lead/Opportunity), thể hiện trạng thái hiện tại của khách hàng hoặc cơ hội kinh doanh trong hành trình bán hàng.

Chi tiết về Stage trong CRM:

1. Ý nghĩa:

- **Stage** giúp theo dõi tiến trình của một khách hàng tiềm năng (Lead) hoặc cơ hội kinh doanh (Opportunity) trong quy trình bán hàng.
- Nó thể hiện mức độ tiến triển từ giai đoạn ban đầu (ví dụ: nhận diện khách hàng) đến khi hoàn thành giao dịch (ví dụ: chốt bán hàng hoặc mất cơ hội).

2. Các giai đoạn phổ biến:

- **Lead Stage:**
 - **New:** Khách hàng tiềm năng mới được thêm vào hệ thống.
 - **Contacted:** Đã liên hệ với khách hàng tiềm năng.
 - **Qualified:** Đã xác nhận rằng khách hàng tiềm năng phù hợp với sản phẩm/dịch vụ.
- **Opportunity Stage:**
 - **Negotiation:** Đang đàm phán giá cả, điều kiện hợp đồng.
 - **Proposal Sent:** Đã gửi báo giá hoặc đề xuất chi tiết.
 - **Won:** Cơ hội thành công, đã chốt đơn.
 - **Lost:** Cơ hội thất bại, không chốt được đơn.

3. Cách hoạt động trong VHTerp:

- **Gán Stage:** Người dùng có thể cập nhật Stage thủ công hoặc hệ thống tự động chuyển đổi dựa trên hành động, ví dụ khi gửi báo giá.
 - **Theo dõi hiệu quả bán hàng:** Các giai đoạn này cho phép người quản lý bán hàng đánh giá tỷ lệ thành công, thời gian trung bình để chốt giao dịch và các yếu tố khác.
 - **Báo cáo: VHTerp** cung cấp báo cáo dựa trên Stage, giúp phân tích số lượng khách hàng/cơ hội ở từng giai đoạn và đưa ra chiến lược cải thiện.
-

Lợi ích của việc sử dụng Stage:

- **Tối ưu hóa quy trình bán hàng:** Hiểu rõ trạng thái của từng khách hàng hoặc cơ hội kinh doanh.
- **Ưu tiên công việc:** Tập trung nguồn lực vào các cơ hội có khả năng thành công cao nhất.

- **Phân tích và cải thiện:** Dữ liệu từ các Stage giúp đánh giá hiệu quả của chiến lược bán hàng.

Ví dụ: Nếu bạn có 50 khách hàng ở giai đoạn "Negotiation" nhưng chỉ 10% chuyển sang "Won", bạn có thể cần xem lại chiến lược đàm phán hoặc định giá.

Lead Owner - Người theo dõi tiềm năng

Lead Owner trong CRM của **VHTerp** là **người chịu trách nhiệm quản lý và theo dõi một Lead (khách hàng tiềm năng)**. Đây là trường thông tin trong bản ghi của một Lead, chỉ định ai trong nhóm bán hàng hoặc tiếp thị sẽ chịu trách nhiệm chăm sóc và xử lý khách hàng tiềm năng đó.

Chi tiết về Lead Owner:

1. Ý nghĩa:

- Lead Owner thường là một **nhân viên bán hàng, nhân viên tiếp thị**, hoặc bất kỳ ai trong tổ chức có vai trò theo dõi, chăm sóc và phát triển khách hàng tiềm năng từ giai đoạn ban đầu đến khi chốt giao dịch.
- Người này chịu trách nhiệm thực hiện các bước tiếp theo với Lead, bao gồm liên hệ, cung cấp thông tin, theo dõi và chuyển đổi Lead thành **Opportunity** hoặc **Khách hàng** (Customer).

2. Cách hoạt động trong VHTerp:

- **Gán tự động:**
 - Hệ thống có thể tự động chỉ định Lead Owner dựa trên cấu hình như: khu vực, nguồn khách hàng tiềm năng (Lead Source), hoặc vòng quay phân công.
- **Gán thủ công:**
 - Người quản trị hoặc quản lý bán hàng có thể thủ công gán Lead Owner khi tạo hoặc chỉnh sửa bản ghi của Lead.
- **Chuyển đổi trách nhiệm:**
 - Nếu một nhân viên rời khỏi công ty hoặc không còn phụ trách Lead, hệ thống cho phép thay đổi Lead Owner sang một người khác.

3. Quyền hạn của Lead Owner:

- **Theo dõi và cập nhật:** Lead Owner có quyền chỉnh sửa thông tin, thêm ghi chú, và cập nhật trạng thái của Lead.
- **Liên lạc:** Họ chịu trách nhiệm gửi email, gọi điện thoại hoặc lên lịch các cuộc họp với Lead.
- **Phân tích và báo cáo:** Dữ liệu từ Lead Owner được sử dụng để đánh giá hiệu suất cá nhân hoặc nhóm bán hàng.

4. Ứng dụng thực tế:

- **Quản lý công việc:** Mỗi Lead được chỉ định cụ thể cho một Lead Owner, tránh tình trạng công việc bị bỏ sót hoặc trùng lặp.

- **Phân tích hiệu suất:** Hệ thống cho phép tạo báo cáo dựa trên Lead Owner để đánh giá hiệu quả công việc của từng nhân viên.
 - **Theo dõi trách nhiệm:** Nếu một Lead không được chăm sóc đúng cách, có thể dễ dàng xác định trách nhiệm thuộc về ai.
-

Ví dụ:

Công ty của bạn nhận được một khách hàng tiềm năng thông qua chiến dịch tiếp thị trên mạng xã hội. Lead này được hệ thống **VHTerp** tự động gán cho nhân viên bán hàng A làm **Lead Owner**. Nhân viên A sẽ:

- Gọi điện thoại để tìm hiểu thêm nhu cầu của khách hàng.
- Ghi chú lại những thông tin cần thiết trong hồ sơ của Lead.
- Tiến hành theo dõi và cập nhật trạng thái Lead (ví dụ: "Contacted", "Qualified").
- Chuyển Lead thành Opportunity khi khách hàng có nhu cầu rõ ràng.

Khi đó, Lead Owner đảm bảo rằng không ai khác trùng lặp xử lý Lead này và công ty có thể tối ưu hóa nguồn lực của mình.

Deal Owner - Người giám sát giao dịch

Deal Owner trong CRM của ERP (bao gồm **VHTerp**) là **người chịu trách nhiệm chính cho một giao dịch cụ thể (deal)**. Họ là người quản lý và theo dõi toàn bộ quá trình từ khi cơ hội bán hàng (opportunity) được tạo ra cho đến khi giao dịch được chốt (thành công hoặc thất bại).

Chi tiết về Deal Owner:

1. Ý nghĩa:

- Deal Owner là cá nhân chịu trách nhiệm chính trong việc đảm bảo giao dịch được xử lý hiệu quả.
- Họ thực hiện các công việc như đàm phán, cập nhật thông tin giao dịch, và theo sát khách hàng để hoàn tất quy trình bán hàng.

2. Vai trò của Deal Owner trong CRM:

- **Quản lý giao dịch:** Họ chịu trách nhiệm giám sát từng bước của giao dịch, đảm bảo các hoạt động cần thiết được hoàn thành đúng hạn.
- **Theo dõi khách hàng:** Giữ liên lạc với khách hàng, đảm bảo các yêu cầu và thắc mắc của họ được giải quyết.
- **Chốt giao dịch:** Họ làm việc để chuyển cơ hội bán hàng thành doanh thu cho công ty, hoặc kết thúc giao dịch trong trường hợp không thành công.
- **Báo cáo tiến độ:** Cung cấp báo cáo và cập nhật về tình trạng giao dịch cho quản lý hoặc các bộ phận liên quan.

3. Cách hoạt động trong VHTerp:

- **Gán Deal Owner:**
 - Có thể được gán tự động dựa trên thiết lập trong hệ thống, chẳng hạn theo khu vực địa lý, loại sản phẩm hoặc khách hàng.
 - Có thể được gán thủ công bởi quản trị viên hoặc quản lý bán hàng.
- **Trách nhiệm cập nhật:** Deal Owner cập nhật trạng thái giao dịch (như "Negotiation", "Won", hoặc "Lost") và đảm bảo mọi thông tin liên quan được ghi nhận đầy đủ.
- **Chuyển giao giao dịch:** Nếu Deal Owner không thể tiếp tục xử lý giao dịch, hệ thống cho phép chuyển giao quyền sở hữu giao dịch sang một người khác.

4. Lợi ích của Deal Owner:

- **Phân định trách nhiệm rõ ràng:** Mỗi giao dịch có một người chịu trách nhiệm chính, giảm thiểu sự chồng chéo trong công việc.
- **Tối ưu hóa quy trình bán hàng:** Giao dịch được quản lý và xử lý một cách nhất quán, tăng cơ hội thành công.

- **Dễ dàng đánh giá hiệu suất:** Hiệu quả làm việc của Deal Owner có thể được theo dõi thông qua các chỉ số như số lượng giao dịch chốt thành công.

5. Ví dụ:

- Một khách hàng tiềm năng muốn đặt mua sản phẩm từ công ty. Cơ hội bán hàng được tạo trong hệ thống và gán cho nhân viên bán hàng B làm **Deal Owner**.
- Nhân viên B:
 - Theo dõi khách hàng, tư vấn sản phẩm và đàm phán giá cả.
 - Cập nhật trạng thái giao dịch sau mỗi cuộc trao đổi (ví dụ: từ "Quotation Sent" đến "Under Negotiation").
 - Khi giao dịch được chốt thành công, nhân viên B đánh dấu giao dịch là "Won" trong hệ thống.

6. So sánh với Lead Owner:

- **Lead Owner:** Chịu trách nhiệm quản lý khách hàng tiềm năng trước khi họ trở thành cơ hội bán hàng.
- **Deal Owner:** Chịu trách nhiệm quản lý giao dịch sau khi cơ hội bán hàng được xác định.

Prospect Owner - Người theo dõi triển vọng

Prospect Owner trong **VHTerp** là **người chịu trách nhiệm quản lý và theo dõi một khách hàng tiềm năng (prospect)**. Đây là cá nhân hoặc nhân viên trong tổ chức được gán để chăm sóc, tương tác, và chuyển đổi một prospect thành khách hàng chính thức.

Chi tiết về Prospect Owner:

1. Ý nghĩa:

- **Prospect** là một khách hàng tiềm năng đã được xác định là có khả năng cao trở thành khách hàng thực sự.
- **Prospect Owner** là người phụ trách theo sát prospect trong hệ thống CRM của **VHTerp**, từ giai đoạn tiếp cận đến khi tạo cơ hội bán hàng (opportunity).

2. Vai trò của Prospect Owner:

- **Quản lý thông tin prospect:**
 - Ghi nhận và cập nhật thông tin liên hệ, nhu cầu, và các chi tiết quan trọng về prospect.
- **Tương tác và chăm sóc prospect:**
 - Liên hệ với prospect qua email, cuộc gọi hoặc các kênh khác.
 - Đáp ứng các yêu cầu và giải đáp thắc mắc của prospect.
- **Chuyển đổi prospect:**
 - Làm việc để chuyển prospect thành **opportunity** (cơ hội bán hàng) hoặc khách hàng chính thức.
- **Theo dõi tiến độ:**
 - Cập nhật trạng thái của prospect trong hệ thống CRM, như "Interested", "Contacted", hoặc "Qualified".

3. Hoạt động trong VHTerp:

- **Gán Prospect Owner:**
 - Prospect có thể được tự động hoặc thủ công gán cho một nhân viên bán hàng dựa trên khu vực, ngành, hoặc loại sản phẩm.
- **Trách nhiệm cập nhật:** Prospect Owner chịu trách nhiệm cập nhật trạng thái và các thông tin liên quan trong hồ sơ prospect.
- **Báo cáo hiệu quả:** Hiệu suất của Prospect Owner được theo dõi qua các chỉ số như số lượng prospect chuyển đổi thành khách hàng.

4. Lợi ích của Prospect Owner:

- **Trách nhiệm rõ ràng:** Mỗi prospect có một người phụ trách chính, giúp tránh sự lẫn lộn hoặc nhầm lẫn trong quản lý.

- **Tăng khả năng chuyển đổi:** Prospect Owner có nhiệm vụ tập trung và chăm sóc prospect, giúp tăng tỷ lệ chuyển đổi thành khách hàng.
- **Theo dõi hiệu suất dễ dàng:** Hệ thống CRM ghi nhận hiệu quả làm việc của Prospect Owner, từ đó giúp quản lý đánh giá và cải thiện quy trình bán hàng.

5. Ví dụ:

- Một khách hàng tiềm năng gửi yêu cầu thông tin về sản phẩm. Prospect được tạo trong **VHTerp** và gán cho nhân viên bán hàng A làm **Prospect Owner**.
- Nhân viên A:
 - Liên hệ khách hàng, tư vấn sản phẩm phù hợp với nhu cầu.
 - Cập nhật thông tin giao tiếp vào hệ thống.
 - Sau khi nhận thấy khách hàng có khả năng mua hàng, nhân viên A chuyển prospect thành **opportunity**.

6. So sánh với các Owner khác:

- **Lead Owner:** Quản lý các khách hàng tiềm năng ở giai đoạn ban đầu, trước khi họ trở thành prospect.
 - **Deal Owner:** Quản lý các giao dịch (deal) sau khi cơ hội bán hàng được tạo.
 - **Prospect Owner:** Quản lý prospect, tức những khách hàng tiềm năng có khả năng cao trở thành khách hàng thực sự.
-

So sánh Lead Owner, Prospect Owner, Deal Owner

So sánh Lead Owner, Prospect Owner và Deal Owner trong VHTerp

Tiêu chí	Lead Owner	Prospect Owner	Deal Owner
Định nghĩa	Người quản lý và theo dõi các Lead (khách hàng tiềm năng ban đầu).	Người quản lý và theo dõi Prospect (khách hàng tiềm năng đã được xác định có khả năng cao để mua hàng).	Người quản lý và theo dõi Deal (giao dịch bán hàng đang trong tiến trình).
Giai đoạn CRM	Giai đoạn đầu tiên trong quy trình bán hàng.	Giai đoạn giữa , khi Lead được đánh giá và chuyển thành Prospect.	Giai đoạn cuối , khi một Deal đã được tạo từ Opportunity.
Nhiệm vụ chính	<ul style="list-style-type: none">- Xác định và tiếp cận khách hàng tiềm năng.- Thu thập thông tin cơ bản (tên, email, nhu cầu sơ bộ).- Phân loại và đánh giá mức độ tiềm năng của Lead.	<ul style="list-style-type: none">- Theo dõi và chăm sóc Prospect.- Cung cấp thông tin chi tiết và giải pháp cụ thể để tăng khả năng mua hàng.- Chuyển Prospect thành Opportunity hoặc trực tiếp thành Deal.	<ul style="list-style-type: none">- Quản lý giao dịch (Deal) để chốt hợp đồng hoặc bán hàng.- Đảm bảo quy trình từ báo giá, đặt hàng, và xuất hóa đơn diễn ra thuận lợi.
Vai trò cụ thể	<ul style="list-style-type: none">- Tìm kiếm cơ hội bán hàng từ danh sách khách hàng mới.- Chuyển Lead thành Prospect hoặc hủy nếu không đủ điều kiện.	<ul style="list-style-type: none">- Xây dựng mối quan hệ và chăm sóc khách hàng tiềm năng.- Đánh giá khả năng mua hàng và quyết định tiếp tục với Deal hoặc dừng.	<ul style="list-style-type: none">- Tập trung vào việc chốt giao dịch.- Quản lý các bước cuối cùng của quy trình bán hàng (thỏa thuận giá, ký hợp đồng).
Trách nhiệm cập nhật hệ thống	<ul style="list-style-type: none">- Ghi nhận thông tin liên hệ và trạng thái Lead.- Gán Lead cho các nhóm hoặc nhân viên phù hợp.	<ul style="list-style-type: none">- Cập nhật các tương tác, trạng thái và tiến độ của Prospect.- Chuyển Prospect thành Opportunity hoặc khách hàng chính thức.	<ul style="list-style-type: none">- Theo dõi tiến độ Deal, từ báo giá đến ký hợp đồng.- Đảm bảo tất cả thông tin giao dịch được lưu trong hệ thống.

Tiêu chí	Lead Owner	Prospect Owner	Deal Owner
Ví dụ	<div>- Nhân viên bán hàng tìm thấy một Lead từ một hội thảo và ghi thông tin vào CRM.</div> <div>- Người này theo dõi xem Lead có tiềm năng không và chuyển thành Prospect nếu cần.</div>	<div>- Một khách hàng tiềm năng thể hiện sự quan tâm sâu hơn đến sản phẩm và được gán làm Prospect.</div> <div>- Prospect Owner sẽ gửi báo giá, hỗ trợ thêm thông tin, và thúc đẩy mua hàng.</div>	<div>- Một hợp đồng mua bán được tạo từ một Opportunity, được quản lý bởi Deal Owner.</div> <div>- Người này sẽ đàm phán giá, gửi báo giá cuối cùng và chốt hợp đồng.</div>
Mục tiêu cuối cùng	Chuyển Lead thành Prospect hoặc loại bỏ các Lead không tiềm năng.	Chuyển Prospect thành Opportunity hoặc Deal.	Chốt Deal và tạo doanh thu cho công ty.

Mối liên hệ giữa Lead, Prospect và Deal:

1.

Lead: Khách hàng tiềm năng ban đầu → Được xử lý bởi **Lead Owner**.
2.

Prospect: Lead được đánh giá tiềm năng và tiếp tục chăm sóc → Được xử lý bởi **Prospect Owner**.
3.

Deal: Giao dịch cụ thể được tạo từ Prospect hoặc Opportunity → Được xử lý bởi **Deal Owner**.

Opportunity Owner - Người quản lý cơ hội

1. Định nghĩa:

Opportunity Owner là người được chỉ định chịu trách nhiệm quản lý và theo dõi các **cơ hội kinh doanh (Opportunity)** trong hệ thống CRM của **VHTerp**. Đây thường là nhân viên bán hàng hoặc quản lý kinh doanh, người đóng vai trò đảm bảo rằng cơ hội được chăm sóc đúng cách và có thể chuyển đổi thành một giao dịch (Deal).

2. Vai trò và trách nhiệm của Opportunity Owner:

- **Theo dõi tiến trình của cơ hội:**
 - Xác định nhu cầu cụ thể của khách hàng tiềm năng.
 - Đánh giá khả năng thành công của cơ hội.
 - Cập nhật trạng thái cơ hội trong hệ thống CRM.
 - **Xây dựng mối quan hệ với khách hàng:**
 - Tương tác với khách hàng tiềm năng thông qua email, cuộc gọi hoặc gặp mặt.
 - Giải đáp thắc mắc và cung cấp thông tin về sản phẩm/dịch vụ.
 - **Phát triển cơ hội kinh doanh:**
 - Tạo báo giá (Quotation) dựa trên nhu cầu khách hàng.
 - Đề xuất các giải pháp phù hợp để đáp ứng yêu cầu khách hàng.
 - **Chuyển đổi cơ hội:**
 - Làm việc để biến cơ hội thành một giao dịch cụ thể (Deal).
 - Đảm bảo rằng quá trình chuyển đổi từ **Opportunity** sang **Deal** diễn ra thuận lợi.
-

3. Các bước hoạt động của Opportunity Owner trong VHTerp:

1. **Nhận cơ hội:**
 - Cơ hội (Opportunity) có thể được tạo từ **Lead** hoặc từ các khách hàng hiện tại.
 - Opportunity Owner được gán vào cơ hội ngay khi nó được tạo.
2. **Đánh giá cơ hội:**
 - Phân tích mức độ tiềm năng của cơ hội dựa trên các tiêu chí như ngân sách, nhu cầu, thời gian, và khả năng thực hiện.
3. **Theo dõi và chăm sóc cơ hội:**
 - Liên hệ khách hàng để thu thập thêm thông tin.

- Cập nhật các tương tác với khách hàng vào hệ thống CRM.

4. Chuyển đổi cơ hội:

- Nếu khách hàng đồng ý, Opportunity Owner tạo một **Quotation** hoặc trực tiếp tạo một **Deal**.
 - Sau đó, tiến hành các bước tiếp theo để chốt giao dịch.
-

4. Ví dụ thực tế:

- **Tình huống:** Một khách hàng tiềm năng bày tỏ ý định mua 100 chiếc máy in từ công ty ABC. Một Opportunity được tạo trong **VHTerp**, và nhân viên kinh doanh **Nguyễn Văn A** được gán làm Opportunity Owner.
 - **Nguyễn Văn A** liên hệ với khách hàng, cung cấp thêm thông tin và gửi báo giá.
 - Sau vài vòng đàm phán, cơ hội được chuyển thành một giao dịch cụ thể (Deal).
 - Cuối cùng, hợp đồng mua bán được ký kết và Opportunity được đóng thành công.
-

5. Tóm tắt:

- **Opportunity Owner** là người quản lý và phát triển cơ hội kinh doanh.
- Họ đóng vai trò quan trọng trong việc chuyển đổi cơ hội từ giai đoạn tiềm năng sang giai đoạn giao dịch hoặc bán hàng.
- Trách nhiệm chính của họ bao gồm theo dõi, chăm sóc, và thúc đẩy cơ hội để đạt được kết quả cuối cùng là tăng doanh thu cho doanh nghiệp.

Quy trình bán hàng(Sales Pipeline)

Trong CRM của **VHTerp** là một công cụ quan trọng để quản lý và theo dõi toàn bộ quy trình bán hàng, từ giai đoạn đầu tiên là nhận diện khách hàng tiềm năng (Lead) cho đến khi hoàn thành việc chốt giao dịch (Closing a Deal). Nó cung cấp một cách trực quan để giám sát, đánh giá và tối ưu hóa hiệu quả bán hàng của doanh nghiệp.

Cách hoạt động của Quy trình bán hàng trong VHTerp:

Quy trình bán hàng trong **VHTerp** chia quy trình bán hàng thành các giai đoạn (stages) cụ thể. Mỗi giai đoạn đại diện cho một bước trong hành trình từ khách hàng tiềm năng đến khách hàng thực sự. Dưới đây là cách nó hoạt động:

1. Giai đoạn trong Quy trình bán hàng:

- **Tiềm năng(Lead):**
 - Khách hàng tiềm năng được nhận diện và nhập vào hệ thống.
 - Mục tiêu: Thu thập thông tin và xác định nhu cầu ban đầu của khách hàng.
- **Cơ hội(Opportunity):**
 - Một cơ hội bán hàng được tạo ra từ một Tiềm năng.
 - Mục tiêu: Xác định cơ hội kinh doanh thực tế và đánh giá tiềm năng.
- **Báo giá(Quotation):**
 - Một báo giá được gửi đến khách hàng dựa trên nhu cầu đã thảo luận.
 - Mục tiêu: Đề xuất sản phẩm/dịch vụ phù hợp và thương thảo điều khoản.
- **Đặt hàng(Order):**
 - Khách hàng chấp nhận báo giá và tạo đơn đặt hàng.
 - Mục tiêu: Xử lý đơn hàng và chuyển sang bước thực hiện.
- **Hóa đơn(Invoice):**
 - Xuất hóa đơn và hoàn thành giao dịch.
 - Mục tiêu: Hoàn tất quá trình bán hàng.

2. Thành phần chính trong Quy trình bán hàng của VHTerp:

- **Stages (Các giai đoạn):**
 - Doanh nghiệp có thể định nghĩa các giai đoạn tùy chỉnh để phù hợp với quy trình bán hàng của mình.
 - **Probability (Xác suất):**
 - Gắn một tỷ lệ phần trăm khả năng thành công vào từng giai đoạn để dự đoán doanh thu.
 - **Weighted Revenue (Doanh thu có trọng số):**
 - Tổng doanh thu dự kiến từ các cơ hội, được tính dựa trên xác suất thành công của từng giai đoạn.
 - **Pipeline View:**
 - Giao diện trực quan hiển thị các cơ hội bán hàng theo từng giai đoạn, thường sử dụng biểu đồ hoặc bảng Kanban.
-

3. Tính năng nổi bật của Quy trình bán hàng trong VHTerp:

- **Quản lý cơ hội (Opportunity Management):**
 - Theo dõi và cập nhật chi tiết từng cơ hội bán hàng, bao gồm giá trị, giai đoạn, và xác suất thành công.
 - **Dự báo doanh thu (Revenue Forecasting):**
 - Dựa trên xác suất của từng cơ hội, hệ thống tự động ước tính doanh thu tiềm năng.
 - **Phân tích hiệu suất (Performance Analysis):**
 - Báo cáo về hiệu quả bán hàng, tỷ lệ chuyển đổi và điểm nghẽn trong quy trình.
 - **Tích hợp đầy đủ:**
 - Sales Pipeline kết nối chặt chẽ với các module khác như Marketing, Hóa đơn (Invoicing), và Kho (Inventory) để tối ưu hóa toàn bộ quy trình.
-

Lợi ích của Quy trình bán hàng trong VHTerp:

1. **Tăng khả năng dự đoán:**
 - Giúp doanh nghiệp dự đoán doanh thu một cách chính xác hơn thông qua phân tích pipeline.

2. Tối ưu hóa quy trình bán hàng:

- Xác định các bước cần cải thiện, từ đó tăng tỷ lệ chốt đơn hàng.

3. Quản lý thời gian và nguồn lực:

- Tập trung nguồn lực vào các cơ hội có tiềm năng cao nhất.

4. Đánh giá hiệu suất đội ngũ bán hàng:

- Theo dõi hiệu quả làm việc của từng nhân viên qua các giai đoạn của pipeline.

Ví dụ minh họa:

Giả sử bạn là một doanh nghiệp bán thiết bị điện tử:

1. **Lead:** Bạn nhận được một yêu cầu từ khách hàng quan tâm đến mua một lô laptop.
2. **Opportunity:** Bạn gọi điện tư vấn và khách hàng yêu cầu báo giá cho 50 chiếc laptop.
3. **Quotation:** Bạn gửi báo giá chi tiết với mức giá 20 triệu đồng/chiếc.
4. **Order:** Khách hàng chấp nhận báo giá và đặt hàng với tổng giá trị 1 tỷ đồng.
5. **Invoice:** Bạn xuất hóa đơn và giao hàng cho khách.

Trong suốt quá trình, bạn có thể theo dõi tiến trình, dự đoán doanh thu, và phân bổ nguồn lực để hỗ trợ khách hàng tốt nhất.

Tóm lại:

Quy trình bán hàng trong **VHTerp** là một công cụ mạnh mẽ giúp doanh nghiệp quản lý toàn bộ quy trình bán hàng một cách hiệu quả, từ lúc nhận diện khách hàng tiềm năng đến khi hoàn thành giao dịch. Nó cung cấp cái nhìn tổng thể về các cơ hội bán hàng, giúp doanh nghiệp tối ưu hóa chiến lược và tăng trưởng bền vững.



Cơ hội bán hàng tiềm năng(Potential Sales Dea)

Cơ hội bán hàng tiềm năng(Potential Sales Dea), là một thuật ngữ dùng để chỉ một cơ hội hoặc giao dịch có khả năng xảy ra trong tương lai giữa doanh nghiệp và khách hàng tiềm năng (Lead hoặc Customer). Đây là một phần quan trọng trong quy trình bán hàng, nơi một khách hàng tiềm năng được xác định là có nhu cầu thực sự và có khả năng chuyển đổi thành một khách hàng chính thức thông qua các bước tương tác và thương thảo.

Ý nghĩa của Cơ hội bán hàng tiềm năng:

1. Cơ hội bán hàng đang phát triển:

- Đây là các giao dịch chưa được chốt nhưng có tiềm năng cao để thành công.

2. Đánh giá tiềm năng:

- Doanh nghiệp dựa vào các thông tin như nhu cầu khách hàng, khả năng tài chính, và lịch sử giao dịch để đánh giá xác suất thành công.

3. Quản lý và theo dõi:

- Giao dịch tiềm năng này được theo dõi trong hệ thống CRM để đảm bảo các bước chăm sóc, thương lượng và hỗ trợ được thực hiện đầy đủ.

Cách quản lý Cơ hội bán hàng tiềm năng trong CRM (VHTerp):

1. Tạo cơ hội (Opportunity):

- Một "Cơ hội bán hàng tiềm năng" được bắt đầu từ việc tạo ra một cơ hội bán hàng, trong đó ghi lại thông tin như:
 - Tên khách hàng hoặc khách hàng tiềm năng.
 - Sản phẩm hoặc dịch vụ mà họ quan tâm.
 - Giá trị dự kiến của giao dịch.
 - Giai đoạn hiện tại trong Quy trình bán hàng.

2. Xác suất thành công (Probability):

- Xác định khả năng giao dịch sẽ thành công dựa trên các yếu tố như lịch sử giao tiếp, sự quan tâm của khách hàng, hoặc nhu cầu thực tế.

3. Theo dõi giai đoạn:

- Cơ hội bán hàng tiềm năng** thường được chia thành các giai đoạn như:
 - Nhận diện nhu cầu:** Tìm hiểu nhu cầu cơ bản của khách hàng.
 - Thương thảo:** Thảo luận về giá cả, điều khoản và các yếu tố khác.
 - Chốt giao dịch:** Đưa ra quyết định và hoàn tất giao dịch.

4. Dự báo doanh thu (Sales Forecasting):

- Dựa trên "Cơ hội bán hàng tiềm năng", hệ thống CRM có thể dự báo doanh thu tiềm năng của doanh nghiệp.

Ví dụ minh họa:

Giả sử bạn là một công ty bán phần mềm quản lý doanh nghiệp:

- Lead:** Một khách hàng liên hệ với bạn để tìm hiểu về phần mềm quản lý tài chính.
- Opportunity:** Bạn xác định rằng khách hàng có nhu cầu cụ thể và đã lên kế hoạch ngân sách.
- Potential Sales Deal:** Bạn ghi nhận giao dịch tiềm năng với giá trị 100 triệu đồng và đưa nó vào giai đoạn "Đàm phán".
- Chốt giao dịch:** Sau khi thảo luận, khách hàng đồng ý và giao dịch được hoàn tất.

Tóm lại:

Cơ hội bán hàng tiềm năng là một phần quan trọng trong việc dự đoán doanh thu và quản lý quy trình bán hàng của doanh nghiệp. Bằng cách theo dõi và chăm sóc những cơ hội này trong hệ thống CRM như **VHTerp**, doanh nghiệp có thể tăng tỷ lệ thành công, tối ưu hóa chiến lược bán hàng và cải thiện trải nghiệm khách hàng.