

CÔNG TY CỔ PHẦN TẬP ĐOÀN VINATECH VIỆT NAM

CÁC BƯỚC MỞ SIÊU THỊ MINI CỦA HÀNG TẠP HÓA



Hotline: 086.758.9999

Email: info@vinatechgroup.vn - Website: vinatechgroup.vn

Lời nói đầu

Nhu cầu mở cửa hàng, siêu thị không bao giờ hết "hot" trong bối cảnh nền kinh tế thị trường trong nước ngày càng phát triển. Tuy nhiên, rất khó để tìm được tài liệu chất lượng về mở cửa hàng bán lẻ cho người mới bắt đầu. Hiểu được nhu cầu đó, Công ty CP Tập đoàn Vinatech Việt Nam với kinh nghiệm 11 năm phát triển, là đơn vị hàng đầu thị trường về sản xuất giá kệ và tư vấn mở siêu thị mini, đã tổng hợp- biên soạn lên tài liệu “CÁC BƯỚC MỞ SIÊU THỊ MINI – CỦA HÀNG TẠP HÓA”.

Tài liệu dành cho các đối tác, nhà phân phối dùng làm tài liệu tư vấn khách; khách hàng cần tìm hiểu thông tin về mở siêu thị; nhân viên kinh doanh muốn nâng cao kiến thức để phục vụ việc tư vấn khách hàng.

Tài liệu bao gồm 7 bước mở cửa hàng được đúc rút từ kiến thức thực tế, kinh nghiệm làm việc với các đối tác trong hơn 10 năm qua, mọi thông tin được hệ thống và sắp xếp khoa học phù hợp với mọi mô hình kinh doanh bán lẻ phổ biến hiện nay. Ngoài ra, chúng tôi còn có các phụ lục về danh sách đầu mục hàng hóa cần nhập, bảng tính chi phí đầu tư theo thực tế trong vòng 3 tháng... Bạn có thể dễ dàng theo dõi ở bất cứ đâu khi quét mã QR.

Tài liệu mang tính chất tham khảo được thực hiện bởi đội ngũ Kinh doanh & Marketing Vinatech Group. Trong quá trình soạn thảo không tránh khỏi sai sót rất mong bạn đọc thông cảm và góp ý cùng chúng tôi.

Với mong muốn mang đến thông tin có giá trị thực tế giúp cho những người đang tìm hiểu về mở siêu thị mini, cửa hàng tạp hóa có một "điểm tựa" trước khi bắt tay vào thực hiện kinh doanh.

Chúc bạn sức khỏe và thành công!

MỤC LỤC

BƯỚC 1: NGHIÊN CỨU THỊ TRƯỜNG

1. Khả năng tài chính
2. Nghiên cứu nhu cầu nơi bạn mở siêu thị
3. Nghiên cứu đối thủ
4. Đưa ra quyết định

BƯỚC 2: LỰA CHỌN MÔ HÌNH KINH DOANH

BƯỚC 3: LÊN KẾ HOẠCH CỤ THỂ & CHUẨN BỊ

1. Tìm kiếm mặt bằng phù hợp
2. Giá thuê
 - 2.1 Thương lượng trước khi đặt bút ký hợp đồng
 - 2.2 Làm hợp đồng thuê minh bạch
3. Dự trù ngân sách
4. Lên ý tưởng thiết kế siêu thị
5. Lên danh mục hàng hóa cần
6. Lên kế hoạch quảng cáo & tiếp thị

BƯỚC 4: SETUP SIÊU THỊ

1. Lựa chọn đối tác thi công
2. Tìm kiếm nguồn hàng

BƯỚC 5: TRIỂN KHAI KẾ HOẠCH MARKETING DÀI HẠN

1. Xây dựng kế hoạch khai trương
2. Xây dựng kế hoạch phát triển thương hiệu & khuyến mại
 - 2.1 Phát triển thương hiệu
 - 2.2 Khuyến mại

BƯỚC 6: QUẢN LÝ CHUYÊN NGHIỆP

1. Quản lý nhân sự
2. Quản lý hàng hóa
3. Quản lý dòng tiền
4. Hoàn thiện thủ tục pháp lý & nghĩa vụ đóng thuế

BƯỚC 7: THIẾT LẬP QUY TRÌNH VÀ MỞ RỘNG

BƯỚC 1: NGHIÊN CỨU THỊ TRƯỜNG

1. Khả năng tài chính

Vốn tự có

Xác định số vốn có thể huy động? Vốn tối thiểu và tối đa có để đầu tư mở siêu thị. Từ số vốn tự có để xây dựng các bước tiếp theo phù hợp và hiệu quả.

Nguồn vốn huy động

- Thương lượng với nhà cung cấp
- Kinh doanh ngoài
- Bán tài sản
- Huy động vốn từ Thẻ tín dụng
- Gọi vốn vay mượn từ người thân, bạn bè

2. Nghiên cứu nhu cầu nơi bạn mở siêu thị

Việc nghiên cứu tình hình dân số, dân cư nơi bạn mở siêu thị là rất quan trọng. Nó giúp bạn đưa ra được mô hình mở siêu thị, quy mô, danh sách mặt hàng hay chiến lược marketing phù hợp.

Bạn cần nghiên cứu các vấn đề sau:

- Khu vực bạn ở ở thành phố, thị xã, thị trấn hay nông thôn?
- Dân số của khu vực là bao nhiêu?
- Mức thu nhập của cư dân trong khu vực là bao nhiêu?
- Khảo sát nhu cầu bằng form khảo sát tối từng nhà nếu có thể:
 - + Các mặt hàng hay mua khi đi siêu thị
 - + Các thương hiệu ưa thích
 - + Các dịch đi kèm khách hàng mong muốn
 - + Họ hay đi mua đồ tạp hóa, hàng tiêu dùng ở đâu?

3. Nghiên cứu đối thủ

Sau khi nghiên cứu thị trường, bạn cần nghiên cứu các đối thủ trong từng khu vực. Liệt kê tất cả các nhà bán tạp hóa, siêu thị mini trong bán kính 5km và nghiên cứu kỹ các đối thủ để xem mình đang cạnh tranh với những ai.

Dưới đây là các lưu ý khi bạn nghiên cứu đối thủ:

- Liệt kê toàn bộ cửa hàng tạp hóa, siêu thị mini trong khu vực
- Quy mô của mỗi cửa hàng.
- Các mặt hàng mà họ cung cấp? Những mặt hàng bán chạy nhất (nếu có thể). Bạn có thể quan sát các mặt hàng được bày nhiều nhất, ở những nơi dễ nhìn nhất
- Giá bán các mặt hàng của họ: họ bán đắt hay rẻ hơn so với mặt bằng chung. Bạn có thể lên danh sách các mặt hàng
- Các chương trình khuyến mại của đối thủ



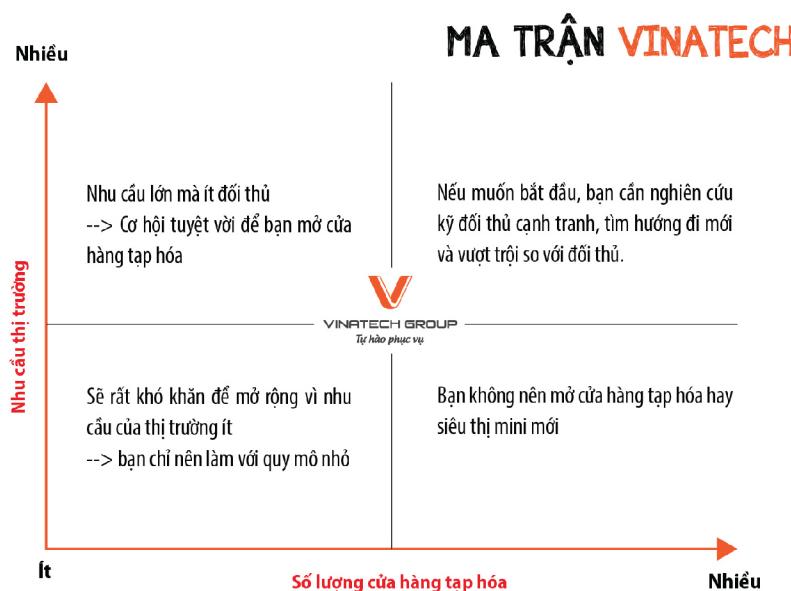
4. Đưa ra quyết định

Sau khi nghiên cứu thị trường và đối thủ một cách chi tiết. Chúng tôi đưa ra hai mô hình giúp bạn ra quyết định như sau:

Mô hình 1: Bạn có nên mở cửa hàng tạp hóa hay siêu thị mini trong khu vực hay không?

Ở mô hình này, sau khi nghiên cứu thị trường và đối thủ, sẽ xảy ra một trong 4 trường hợp sau:

- Dân cư đông đúc, cửa hàng tạp hóa cũng rất nhiều
- Dân cư ít, cửa hàng tạp hóa thì lại quá nhiều
- Dân cư đông đúc, nhu cầu cao mà vẫn có ít cửa hàng tạp hóa
- Dân cư ít mà cũng ít cửa hàng tạp hóa



Mô hình 2: Sơ đồ vị trí địa lý: Bạn nên mở ở vị trí nào?

Việc lựa chọn vị trí đặt cửa hàng tạp hóa cũng rất quan trọng. Hãy sử dụng kết quả nghiên cứu thị trường và đối thủ để lựa chọn địa điểm phù hợp. Một trong những cách hữu hiệu để làm việc này là bạn hãy vẽ sơ đồ các cửa hàng tạp hóa, siêu thị mini trên địa bàn của bạn:

Một ví dụ sau khi vẽ lại bản đồ các cửa hàng trên địa bàn thị trấn, bạn sẽ thấy như sau:



Khu vực còn lại đã có rất nhiều các cửa hàng tạp hóa: Cô Hương, Minimart, Cô Quỳnh, quán Cây Khế... Tuy nhiên khu vực A vẫn chưa có nhiều, hoặc chưa có một cửa hàng tạp hóa nào, mặc dù khu vực này dân cư khá đông đúc => **Đây chính là khu vực bạn nên mở cửa hàng hoặc siêu thị của mình. Hãy tập trung mọi nỗ lực tìm mặt bằng ở khu vực này.**

BƯỚC 2: LỰA CHỌN MÔ HÌNH KINH DOANH

	Ưu điểm	Nhược điểm
Nhượng quyền	<ul style="list-style-type: none"> - Thương hiệu đã được định hình trên thị trường - Đảm bảo 100% chất lượng - Hỗ trợ tối đa từ chủ nhượng quyền. 	<ul style="list-style-type: none"> - Không phải là thương hiệu riêng của mình. - Chia sẻ rủi ro kinh doanh của bên nhượng quyền. - Sự bùng nổ của các đối thủ cạnh tranh trong cùng hệ thống. - Hoạt động kinh doanh theo khuôn khổ được quy định trước. - Không phát huy được khả năng sáng tạo trong kinh doanh. - Giúp thương hiệu của bên nhượng quyền ngày càng lớn mạnh.
Chung vốn	Vốn đóng góp được chia đều	<ul style="list-style-type: none"> - Dễ có sự phân hóa đối kháng nhau về mặt lợi ích nên việc quản lý, điều hành công ty sẽ phức tạp hơn. - Ràng buộc bởi pháp luật về chế độ tài chính, kế toán. - Khó khăn hơn khi đưa ra một quyết định
Tự mở	<ul style="list-style-type: none"> - Lợi nhuận cao - Dễ dàng quản lý, điều hành, thay đổi theo mong muốn - Ký kết, hợp tác với đối tác mong muốn - Chỉ phải đăng ký hình thức kinh doanh cá thể 	Tự chuẩn bị vốn

BƯỚC 3: LÊN KẾ HOẠCH CỤ THỂ CHUẨN BỊ

Mặt bằng mặt đường	Mặt bằng dưới chân chung cư	Mặt bằng tại nhà
<ul style="list-style-type: none">- Mặt tiền tối thiểu từ 3- 4m- Diện tích tối thiểu từ 30m²- Không nằm ở khu vực đường 1 chiều- Diện tích trống để xe lớnKhông gian trước cửa quán thông thoáng, dễ nhìn thấy.	<ul style="list-style-type: none">- Diện tích tối thiểu 40- 50m²- Gần thang máy, cầu thang- Gần khu vực bãi đỗ xe- Mật độ dân số đông	<ul style="list-style-type: none">- Đường/ ngõ to- Mặt tiền tối thiểu 3m

2. Giá thuê

Mức giá này phải tùy thuộc vào nguồn vốn mà bạn có thể chi trả trong một tháng. Cần nhắc kỹ càng giá thuê để không bị áp lực khi bắt đầu kinh doanh ở những tháng đầu. Lưu ý đến các yếu tố:

- Tiền đặt cọc
- Thời gian thuê
- Các khoản bồi thường
- Thời hạn tăng giá định kỳ

1.2 Thương lượng trước khi đặt bút ký hợp đồng

- Nguyên tắc win-win: đàm phán các điều khoản trong hợp đồng một cách hợp lý nhất để hai bên cùng có lợi. Tránh gây ra tình cảnh không thoả mái giữa chủ nhà và người thuê nhà ảnh hưởng đến việc kinh doanh sau này nhất là khi

Xác định 7 điểm phải có trong hợp đồng.

- Diện tích thuê
- Giá thuê
- Tiền cọc
- Thời gian thuê
- Khoản tăng giá hằng năm
- Ngày bàn giao mặt bằng
- Hiện trạng lúc bàn giao



Công chứng hợp đồng tại bất kỳ phòng công chứng tư nhân hay UBND cấp quận/huyện để đảm bảo hiệu lực trước pháp luật. Thỏa thuận rõ các khoản phí liên quan trong hợp đồng như: chi phí công chứng, cơi nới, sửa chữa (nếu có), thời gian sửa chữa...

Nếu không am hiểu về pháp lý thì có thể nhờ luật sư hoặc những người có kinh nghiệm thuê mặt bằng kinh doanh trước đó soạn thảo sẵn mẫu hợp đồng cho bạn.

3. Dự trù ngân sách

Có nhiều các thiết kế ngân sách dải ngân phù hợp với từng cửa hàng, siêu thị với đặc trưng riêng. Tuy nhiên, hầu hết các mô hình bán lẻ hiện nay đều phân chia theo 3 mục chi phí sau:

Chi phí ban đầu

- Chi phí setup (sửa mặt bằng; trang thiết bị vật tư; nhập hàng)
- Chi phí nhập hàng
- Chi phí phát sinh
- Chi phí hàng tháng
 - + Chi phí mặt bằng
 - + Chi phí nhân sự
 - + Chi phí vận hành



Dưới đây là bảng ngân sách dự trù Vinatech tính dựa vào kinh nghiệm thực tế khi setup cho các khách hàng của mình:

BẢNG DỰ TRÙ NGÂN SÁCH HOẠT ĐỘNG 3 THÁNG CHO CỬA HÀNG TẠP HÓA NHỎ (50m2) Ở KHU VỰC NÔNG THÔN						
STT	Loại chi phí	Chi phí cụ thể	Công thức tính	Ví dụ với cửa hàng 50m2 ở nông thôn	Lưu ý	
1	Chi phí thuê mặt bằng	Phi đặt cọc	Tùy vào từng khu vực	6.000.000	Hãy cố gắng đam phần số tiền đặt cọc và thời hạn nộp tiền thuê nhà linh hoạt	
		Phi thuê nhà dài trù 6 tháng		18.000.000		
		Giá kệ	Trung bình 500.000 - 700.000 VNĐ/m2	30.000.000	Bạn nên lựa chọn giá kệ chất lượng để sử dụng lâu dài	
		Camera	trung bình 1.000.000 / 2 chiếc loại thường	2.000.000		
		Máy tính, máy in hóa đơn, quét mã vạch	13.000.000 VNĐ/ bộ	13.000.000		
2	Chi phí setup	Khoản chi khác (văn phòng phẩm...)	200.000 VNĐ/ tháng * 3 tháng	600.000		
		Chi phí hàng tồn thiểu	3 triệu - 6 triệu VNĐ/ 1m2	200.000.000		
3	Vốn lưu động nhập hàng	Chi phí hàng hỏng, hàng hết date	200.000 VNĐ/ m2/tháng	600.000	Quản lý hàng hóa tốt để tránh hết date, hư hỏng	
		Nhân viên	5.000.000 / 1 nhân viên/tháng	30.000.000	Mức lương trong 3 tháng	
4	Chi phí quản lý	Phần mềm quản lý	1 năm	1.500.000		
		Thuế hàng tháng	Tùy từng khu vực	200.000		
Tổng ngân sách				301.900.000		
Ngân sách dự trù (10%)				30.190.000		
Tổng số vốn ban đầu cần chuẩn bị				332.090.000		

Các bạn có thể xem chi tiết bảng dự trù ngân sách bằng cách quét mã QR



4. Lên ý tưởng thiết kế siêu thị

Bộ nhận diện thương hiệu	Layout giá kệ siêu thị	File 2, 3D thi công
<p>Logo</p> <p>Biển bảng, Biển đầu kệ</p> <p>Biển thả trần</p> <p>Đồng phục</p> <p>Thẻ tích điểm</p> <p>Túi Nylon thương hiệu</p> <p>siêu thị</p> <p>Poster trang trí</p>	<p>Lên layout phân khu hàng hóa một cách khoa học, logic</p> <p>Tối ưu từ không gian, diện tích kinh doanh kết hợp với việc trưng bày hàng hóa siêu thị bắt mắt</p> <p>Biển cửa hàng thành một cỗ máy bán hàng tự động</p>	<p>Lên thiết kế cụ thể trực quan bằng thiết kế 2D; 3D</p>

5. Lên danh mục hàng hóa cần

Bạn cần lên danh mục sản phẩm thiết yếu cho cửa hàng của bạn. Dưới đây là danh sách các sản phẩm cơ bản cho một cửa hàng tạp hóa: Danh sách các mặt hàng tạp hóa thiết yếu.

6. Lên kế hoạch quảng cáo & tiếp thị

Xây dựng kế hoạch marketing cho cửa hàng để thu hút và giữ chân khách hàng trong bối cảnh thị trường cạnh tranh ngày càng khốc liệt.. Khi xây dựng chiến lược tiếp thị bạn nên lưu ý đến ngân sách và các kênh tiếp cận, vì hiện nay bên cạnh hình thức tiếp thị truyền thống thì các phương pháp trực tuyến cũng đem lại hiệu quả rất cao. Các hoạt động Marketing hỗ trợ bán hàng mà bạn có thể thực hiện gồm có:

- Tổ chức ngày khai trương: đây là dịp tuyệt vời để các khách hàng tiềm năng biết đến bạn.
- Tích lũy điểm, tặng quà theo tuần, tháng
- Chiết khấu, giảm giá bán cho khách hàng thân quen
- Mở dịch vụ đặt hàng, mua hàng trên mạng tăng sự tiện lợi cho khách hàng
- Chăm sóc khách hàng cũ.
- Tiếp cận khách hàng bằng nhiều phương tiện khác nhau: marketing online, marketing offline, email marketing, mobile marketing,
- Xây dựng các chương trình giảm giá, khuyến mãi, thanh lý hàng tồn kho, hàng sắp hết date



BƯỚC 4: SETUP SIÊU THỊ

1. Lựa chọn đối tác thi công

Thi công mặt bằng

- Sửa sang mặt bằng (dao động từ 5-20 triệu tuỳ vào tình trạng sửa chữa)
- Các hệ thống làm mát, đường điện, ánh sáng
- Nhận diện thương hiệu

Biển bảng

Bảng hiệu thể hiện được đầy đủ tên thương hiệu, thông tin địa chỉ và màu sắc đặc trưng của cửa hàng. Có thể liên hệ đơn vị quảng cáo gần cửa hàng nhất để họ qua khảo sát, lên thiết kế và báo giá.

Biển hiệu này có thể đàm phán với Nhà Cung Cấp để được tài trợ miễn phí như: Pepsi, Coca, Vinamilk,...

Biển quảng cáo bạn nên treo lên trước để thu hút tò mò của người dân xung quanh, và tìm thêm được nhiều nhà cung cấp vào chào hàng.

Các loại biển bảng có thể sử dụng trong siêu thị:

- Quảng cáo Pano, Billboard
- Quảng cáo POSM
- Quảng cáo Lcd, Frame
- Quảng cáo thang cuốn siêu thị, cầu thang
- Quảng cáo tại cổng từ siêu thị

Giá kệ, phần mềm bán hàng

- Không nên lựa chọn loại giá kệ kém chất lượng, vì đây là khoản đầu tư lâu dài. Giá kệ kém chất lượng sẽ xuống cấp trong thời gian ngắn, khiến chi phí tăng cao
- Cần nhắc kỹ việc sử dụng giá kệ cũ vì giá kệ thanh lý cũng rất nhanh xuống cấp
- Nên sử dụng các loại giá kệ chuyên biệt cho siêu thị mới đã được nghiên cứu để tối ưu với mục đích sử dụng.

- Nên lựa chọn nhà cung cấp lớn, uy tín, đơn vị sản xuất trực tiếp để có giá thành rẻ và chất lượng.

Các phần mềm bán hàng

Bao gồm phần mềm,hệ thống máy in, máy quét (Giá trọn gói khoảng 6-15 triệu). Phần mềm này bạn có thể mua theo tháng hoặc theo gói, có thể được tư vấn dùng thử.

- | | | |
|------------|--------------|------------------|
| - Sapo POS | - AnVietsoft | - MShopKeeper |
| - Suno | - Kiotviet | - Maybanhang.net |

Định giá sản phẩm bán căn cứ vào 3 yếu tố: Đổi thủ, giá nhập, nhà phân phối.

Thiết bị làm đông, làm mát

Thông thường 1 siêu thị Mini cần có là 1 Tủ kem 2 Tủ mát. Để tiết kiệm bạn có thể mượn tại nhà cung cấp ví dụ Tủ kem có hãng Merino, Vinamilk, ... Tủ mát có Coca , Vinamilk, váng monte...

2. Tìm kiếm nguồn hàng

Nguồn hàng lấy hàng trực tiếp từ Công Ty: Ưu điểm của nguồn hàng này chính là ổn định về giá, được phục vụ chu đáo từ công ty. Hàng hoá chính hãng, có đầy đủ các mặt hàng của hãng đó, có các chương trình khuyến mại đi kèm và được tiền trưng bày.

- Hóa mỹ phẩm có thể chọn 2 nhà cung cấp Unilever và Phú Thái (P&G).
- Nước ngọt chủ yếu Pepsi (Pepsi, Sting, 7up, Mirinda, Revive, O Long...) và Coca (Coca, Spite, Nutri, Fanta...), Number 1 của Tân Hiệp Phát.
- Sữa tươi Vinamilk, các hãng khác thì theo thị hiếu ở khu vực.
- Dầu ăn thì chủ yếu Calofic (Cái Lân, Simply, Neptune và Meizan) hoặc Tường An.

Nguồn hàng lấy từ các chợ buôn: Hàng hoá đa dạng, giá rẻ, chất lượng khác nhau từ cao đến thấp. Giá cả ở chợ sẽ không được công khai rõ ràng như hệ thống của công ty.

Nguồn hàng từ các đại lý sỉ, các cửa hàng lẻ lớn – Phân phối: lấy hàng từ nhà phân phối sẽ được giá cạnh tranh, đa dạng mặt hàng, không đòi hỏi nhập số lượng lớn => mình không bị tồn đọng vốn. Bên cạnh đó, những siêu thị bán buôn này còn cung cấp dịch vụ vận chuyển hàng hóa về tận cửa hàng cho bạn, giúp tiết kiệm chi phí vận chuyển.

Lấy hàng tại Siêu thị Bán sỉ Metro, Big C: Hàng hóa đa dạng, chính hãng, có nhiều chương trình khuyến mãi.

Hình thức nhập hàng	Ưu điểm	Nhược điểm
Nguồn hàng lấy hàng trực tiếp từ Công Ty	Chính hãng, đầy đủ các mặt hàng của hãng, có chương trình khuyến mại đi kèm và được tiền trung bày.	Chương trình chạy không đều, lấy hàng phải theo số lượng lớn => ảnh hưởng tồn kho và vốn.
Đại lý sỉ, các cửa hàng lẻ lớn – Phân phối	Giá cạnh tranh, đa dạng mặt hàng, không đòi hỏi nhập số lượng lớn => không bị tồn đọng vốn	Không được đổi trả, khi có chương trình khuyến mãi của công ty, các nhà phân phối sẽ lấy theo số lượng lớn để ôm hàng => Giá rẻ, cảm giác về chất lượng và date của hàng hoá.
Lấy hàng tại Chợ buôn	Hàng hoá đa dạng, giá rẻ, chất lượng khác nhau từ cao đến thấp	Nhiều hàng giả, hàng nhái, không rõ nguồn gốc...
Lấy hàng tại Siêu thị Bán sỉ Metro, Big C	Hàng hóa đa dạng, chính hãng, có nhiều chương trình khuyến mãi	Giá cao nếu mua với số lượng ít, phải đến tận nơi để mua hàng.

Một số cách tìm nguồn hàng

- Tiếp cận trực tiếp nhân viên giao hàng tại các cửa hàng lớn trong khu vực.
- Treo biển tìm nhà cung cấp hàng hóa siêu thị.
- Tìm trực tiếp website của thương hiệu, nhãn hàng Unilever, P&G, Coca Cola,... bằng cách gọi điện hotline.
- Tìm nguồn hàng trên mạng xã hội: hội nhóm facebook, zalo, ...
- Tìm nguồn cung cấp hàng tạp hóa nhờ google map.



Quét mã QR để
truy cập nguồn hàng

BƯỚC 5 : TRIỂN KHAI KẾ HOẠCH MARKETING DÀI HẠN

1. Xây dựng kế hoạch khai trương

Đối tượng hướng tới

Nhóm khách hàng về độ tuổi, giới tính, hành vi, thói quen và sở thích của họ.

Thông điệp

Thông điệp truyền tải của buổi lễ phải thật đơn giản và dễ hiểu. Đồng thời thông điệp phải được truyền tải một cách rõ ràng thông qua những sự kiện của buổi lễ khai trương.

Không gian tổ chức

Tổ chức ở một không gian rộng lớn, phù hợp với quy mô của công trình, dự án, phù hợp với điều kiện tài chính của nhà đầu tư.

Điều kiện cơ sở

Khảo sát, kiểm tra một cách tỉ mỉ, cụ thể trước khi ký hợp đồng sự kiện. Hai bên nên dựa trên điều kiện cơ sở để thống nhất một mức giá chung và các quy định, cam kết hợp tình hợp lý trong hợp đồng.

Xây dựng phương án quảng cáo, marketing cho siêu thị

- Thực hiện đăng những bài viết quảng cáo trên những trang mạng xã hội nổi bật hiện nay như Facebook, Youtube, Zalo, những trang báo điện tử,...
- Thực hiện phát tờ rơi ở những địa điểm quanh siêu thị.
- Thực hiện thiết kế, treo những banner quảng cáo; bảng hiệu ngoài trời để giới thiệu về sự kiện của doanh nghiệp.



2. Xây dựng kế hoạch phát triển thương hiệu & khuyến mại

2.1 Phát triển thương hiệu

Marketing hiện đại

Các phương tiện mà được nhiều chủ cửa hàng bán lẻ thường xuyên thực hiện và đem lại kết quả cao là qua các mạng xã hội như facebook, instagram,... Các mạng lưới trên Internet như các trang báo mạng, diễn đàn... Khi các cửa hàng bán lẻ áp dụng hình thức Marketing Online thì sẽ tiếp cận đến nhiều khách hàng hơn, nhưng thường chi phí sẽ không hề rẻ.

Marketing truyền thống

Ở marketing truyền thống, bạn có thể thu hút khách hàng qua các hình thức offline như phát tờ rơi, in mẫu quảng cáo trên báo, tổ chức các buổi sự kiện giới thiệu sản phẩm... đặc thù của hình thức này là bạn có thể trực tiếp xúc với khách hàng.

Như vậy sẽ có thể giới thiệu, thuyết phục khách hàng sử dụng dịch vụ dễ dàng hơn đồng thời ít phụ thuộc vào Internet.

Marketing dựa vào phần mềm bán hàng

Ở phần mềm bán hàng, chức năng lưu trữ thông tin và lịch sử mua hàng của khách hàng sẽ giúp các chủ cửa hàng bán lẻ nắm rõ được nhu cầu mua sắm của từng người. Từ đây dễ dàng tập trung marketing đúng sản phẩm để khuyến khích họ tiếp tục mua hàng, gia tăng lợi nhuận.



2.2 Khuyến mại

Chính sách tích lũy điểm

Muốn chính sách thúc đẩy tiêu thụ hiệu quả, bạn cần nâng cao giá trị món quà tặng thường. Làm theo cách này khách hàng sẽ tham gia trực tiếp vào quá trình bán hàng cùng chúng ta.

Ví dụ: Khi mua đủ 5 triệu, siêu thị sẽ dành tặng khách hàng một món quà (cái nồi, đồ chơi trẻ em, sữa hộp...).

Chiết khấu, giảm giá bán

Duy trì mức giá tốt trong vòng 3 – 6 tháng sau khai trương để thu hút và tạo được niềm tin của khách hàng.

Một chi tiết nhỏ trong Marketing nhưng mang lại hiệu quả lớn. Người được giảm giá sẽ cảm thấy mình khác biệt, được ưu tiên, họ sẽ càng mua nhiều hàng hơn.

Tăng giảm giá bán theo từng khung giờ khác nhau

Áp dụng phương án này khi siêu thị chưa bán hết thịt, cá, rau củ... khi giảm giá bán không hề bị lỗ, bạn vẫn có lãi, nhưng tiền lãi bị giảm đi một chút, song vẫn hiệu quả hơn trường không bán được và phải tồn kho.



BƯỚC 6 : QUẢN LÝ CHUYÊN NGHIỆP

1. Quản lý nhân sự

Kinh nghiệm khi tuyển dụng nhân viên tại siêu thị đó là thuê người đúng năng lực chứ không thuê người giỏi. Bạn không cần phải thuê người đã có kỹ năng giỏi mà cần ưu tiên người có khuôn mặt ưa nhìn.

Sau đó bạn có thể dạy cho họ những kinh nghiệm bán hàng, làm sao để ứng xử và thuyết phục người mua. Khi thuê những người như vậy bạn sẽ không mất nhiều tiền để trả lương. Đào tạo nên một người tận tụy và đối xử tốt với họ thì bạn mới nhận lại sự gắn bó lâu dài.

Số lượng nhân viên chúng ta thuê như sau:

- 1 cửa hàng trưởng: quản lý đơn, họ có thể quán xuyến mọi công việc , tạp vụ , điều phối các nhân viên khác
- 1 Nhân viên kế toán: phụ trách công việc thống kê số liệu hàng hóa nhập vào, bán ra, họ sẽ tham mưu mặt hàng nào được tiêu thụ nhiều theo từng tuần, tháng, quý...
- 2 nhân viên thu ngân: quét mã, thu tiền và gói hàng cho người mua.
- 5 người xử lý hàng hóa: sắp xếp hàng hóa, quản lý kho hàng, vận chuyển.

Tùy từng mô hình, quy mô để tuyển dụng số nhân sự phù hợp.

2. Quản lý hàng hóa

Quản lý chặt chẽ khâu nhập hàng

Mỗi lần nhập hàng bạn phải cẩn thận phân loại, đặt mã vạch, tên sản phẩm, ngày nhập kho. Việc này không chỉ giúp bạn quản lý kho tốt hơn, tránh nhầm lẫn khi lấy hàng, mà còn giúp khâu thanh toán càng thêm nhanh chóng.

Quản lý bằng cách bài trí khoa học

Hỗ trợ tốt cho việc lấy hàng được nhanh chóng và tiện lợi; mà còn là cách quản lý hàng hóa siêu thị hiệu quả. Giúp cho công tác kiểm kho, kiểm hàng trở nên dễ dàng.

- Xếp các sản phẩm giống nhau về mẫu, màu sắc, size thành một chồng
- Xếp các chồng sản phẩm cùng mẫu, khác màu và size cạnh nhau
- Kiểm số lượng sản phẩm của từng chồng
- Chi tiết thông tin Sản phẩm
 - + Mã sản phẩm
 - + Màu sắc sản phẩm
 - + Size sản phẩm
 - + Số lượng sản phẩm

Nắm bắt hàng tồn kho và bổ sung hàng hóa kịp thời

Tích hợp tính năng quản lý kho của phần mềm bán hàng với đầu đọc mã vạch; máy in mã vạch chuyên dụng. Là giải pháp tối ưu hóa giúp chủ siêu thị quản lý tối tần mặt hàng cụ thể và chi tiết.

Sử dụng phần mềm phản ánh tình trạng kho hàng, mặt hàng nào còn tồn số lượng bao nhiêu; tổng giá trị tồn kho hiện tại. Từ đó, giúp bạn đưa ra những quyết định nhập hàng và bổ sung hàng hóa kịp thời; để có hướng kinh doanh chính xác.

Tiến hành kiểm tra kho hàng hóa định kỳ

Kiểm kho định kỳ là hoạt động cần thiết đối với các siêu thị mini; nhằm tránh xảy ra tình trạng thất thoát hàng hóa. Kiểm kho thường xuyên giúp phân loại được mặt hàng đang bán chạy hoặc hết hàng để có thể nhập thêm vào; hàng hóa nào lượng tiêu thụ ít có thể giảm nhập hàng. Từ đó cũng biết được nhu cầu khách hàng định hướng kinh doanh mặt hàng tiếp theo.

3. Quản lý dòng tiền

Quản lý công nợ

Quản lý chặt chẽ từ việc xuất hóa đơn ban đầu, các thông tin khách hàng và số tiền cùng với thời gian trả nợ.

Đối với khoản cửa hàng vay nợ từ các tổ chức ngoài. Trả nợ như thế nào để đảm bảo nguồn tiền cho cửa hàng không bị sụt giảm quá mức. Trả nợ và lãi ra sao để mức lãi suất thấp nhất.

Quản lý nhu cầu & hàng nhập

Dự đoán trước được những nhu cầu mới, nhu cầu thay đổi, lượng khách hàng tăng đột biến. Nhu cầu sẽ ảnh hưởng đến lượng hàng hóa nhập về. Khi nhập hàng hóa sẽ liên quan đến dòng tiền ra của cửa hàng. Vì vậy, cần dự đoán nhu cầu và cân đối được lượng hàng nhập.

Quản lý khoản dự phòng

Trong hoạt động kinh doanh thường sẽ có những lúc cửa hàng đầu tư mạnh về mảng nào đó, hoặc sửa chữa cơ sở vật chất. Các hoạt động này diễn ra theo kế hoạch của chủ cửa hàng bằng khoản đầu tư dự phòng.

Quản lý dòng tiền khuyến mại từ nhà cung cấp

Các nhà cung cấp sản phẩm cho cửa hàng sẽ có các đợt khuyến mãi lớn. Lợi ích mà cửa hàng nhận được đầu tiên phải kể đến là sức mua tăng. Lợi nhuận của cửa hàng tăng lên khi doanh số bán cao. Tận dụng hiệu quả các đợt khuyến mãi từ nhà cung cấp, cửa hàng có thể tạo ra cho mình các chương trình con.

4. Hoàn thiện thủ tục pháp lý & nghĩa vụ đóng thuế

Nên đăng ký theo hình thức nào? Đăng ký kinh doanh hộ cá thể

Các khoản thuế cần đóng: Kê khai và nộp thuế môn bài

Giấy tờ cần thiết:

- Xin cấp giấy phép kinh doanh bán lẻ rượu nếp có bán rượu trong siêu thị (nếu có kinh doanh);
- Xin cấp giấy phép kinh doanh bán lẻ thuốc lá nếu có bán thuốc lá trong siêu thị (nếu có kinh doanh);
- Cần có giấy chứng nhận đủ điều kiện PCCC

BƯỚC 7

THIẾT LẬP QUY TRÌNH VÀ MỞ RỘNG

Tập hợp lại kinh nghiệm đã thành công ở các bước trên lưu trữ bằng file để nhân rộng mô hình kinh doanh (Đóng gói mô hình thành công).

SUCCESS

Thank you

