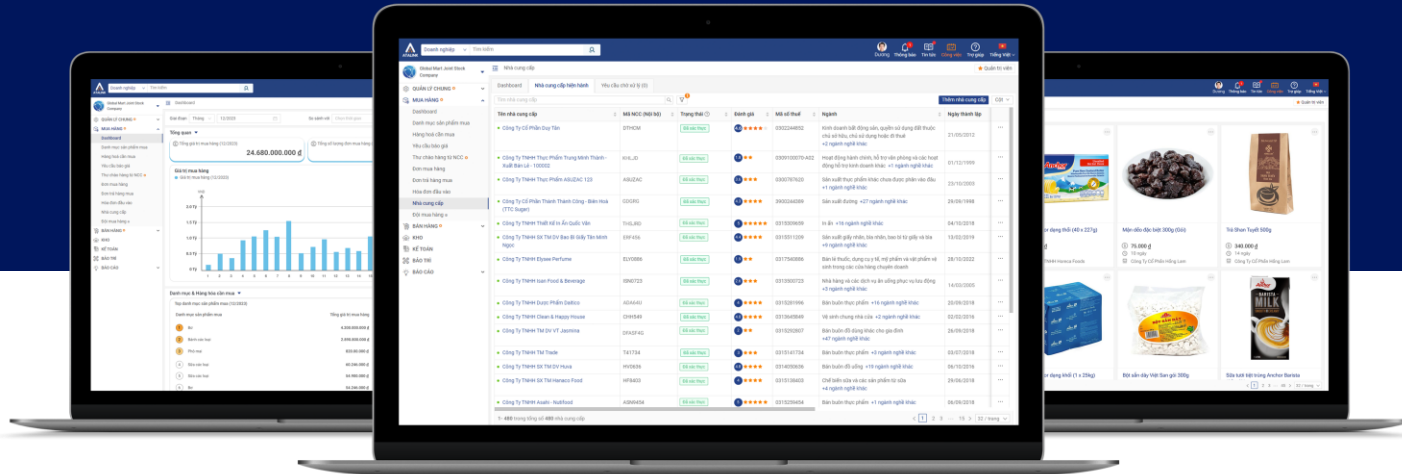




Chân dung Doanh nghiệp & Khách hàng mục tiêu

Giải pháp Quản lý Mua hàng

Giảm rủi ro quản trị, giảm chi phí vận hành



TIÊU CHÍ DOANH NGHIỆP MỤC TIÊU



Thành lập 3 năm trở lên

Công ty có thể có vài chi nhánh



Trụ sở chính tại Tp. HCM / Hà Nội

Hoặc vùng lân cận (trong bán kính 50km)



Loại hình kinh doanh

Tư nhân



Mô hình kinh doanh (*)

Thương mại, sản xuất



Doanh thu từ 200 - 1.000 tỷ / năm

Có từ 3 NV mua hàng trở lên



Số lượng hóa đơn đầu vào

Trên 25 hóa đơn / tháng hoặc số lần nhận hàng theo PO nhiều

(*)

- **Thương mại:**

Chuỗi cửa hàng bán lẻ (thực phẩm, mỹ phẩm, thực phẩm chức năng), siêu thị tiện lợi, FMCG (Dairy, đồ uống, thực phẩm đóng gói, personal care, home care...), sản phẩm tiêu dùng, chuỗi bệnh viện / bệnh viện tư nhân...

- **Sản xuất:**

Sản xuất FMCG, FnB, consumer goods, lắp ráp điện / điện tử, giày dép, ba lô, túi xách, thiết bị y tế, vật tư tiêu hao, vật liệu xây dựng, hóa chất...

CHÂN DUNG DOANH NGHIỆP MỤC TIÊU

Nỗi đau - Lo sợ - Nhu cầu - Mong muốn

Nỗi đau: Chi phí mua hàng và vận chuyển ngày càng tăng cao, giảm lợi nhuận do:

- ⊙ Chi phí, lợi nhuận
 - Tăng chi phí mua hàng ngoài ngân sách, thất thoát ngầm về chi phí mua hàng
- ⊙ Dòng tiền: Mua hàng, thanh toán, công nợ kém hiệu quả → dòng tiền của DN bị ảnh hưởng
- ⊙ Vận hành, Quy trình (PDCA)
 - Quản lý NCC không hiệu quả
 - Không chủ động được nguồn cung: Tốn thời gian, chi phí mua hàng
 - Quản lý kho kém hiệu quả: hàng tồn kho, hết hạn nhiều; hàng hoá không có sẵn → mất cơ hội kinh doanh
 - Chưa đồng bộ nhu cầu mua hàng từ các phòng ban, chi nhánh
- ⊙ Rủi ro
 - Phụ thuộc vào nhân viên mua hàng
 - Đứt gãy chuỗi cung ứng
 - Tính minh bạch

CHÂN DUNG DOANH NGHIỆP MỤC TIÊU

Nỗi đau - Lo sợ - Nhu cầu - Mong muốn

Vận hành, Quy trình (PDCA):

- Plan:**
- ⊙ Chiến lược quản trị mua hàng [Chiến lược quản lý NCC, chiến lược chủ động nguồn hàng]
 - ⊙ Kế hoạch mua hàng, gồm kế hoạch ngân sách mua hàng [Nội bộ, Phục vụ kinh doanh]

- Do:**
- ⊙ Quản lý hiệu quả vận hành (KPI, Mục tiêu)
 - Sản phẩm: Đúng, đủ, kịp thời
 - Giá tốt
 - Giao hàng: Nhanh chóng, đúng thời gian
 - Công nợ
 - Hậu mãi
 - ⊙ Nhà cung cấp: Chiến lược → Chính → Duy trì quan hệ → Mua 1 lần rồi thôi
 - ⊙ **NHÂN**
 - People [năng lực đội ngũ mua hàng]
 - Process [quy chế, quy trình, thủ tục, hướng dẫn, checklist]
 - Technology [công nghệ, công cụ được sử dụng trong quá trình mua hàng]

CHÂN DUNG DOANH NGHIỆP MỤC TIÊU

Nỗi đau - Lo sợ - Nhu cầu - Mong muốn

Vận hành, Quy trình (PDCA):

- Check:**
- ⊙ Thống kê báo cáo
 - Chi phí
 - Hàng hoá
 - Công nợ
 - NCC
 - Giao hàng
 - ⊙ Phân tích & đề xuất
 - Phân tích, đánh giá NCC
 - Phân tích xu hướng hàng hóa
 - Phân tích kế hoạch nhập hàng, nguồn hàng, giao hàng đáp ứng yêu cầu các phòng ban, bán hàng
- Act:**
- ⊙ Cập nhật kế hoạch theo tháng, quý
 - ⊙ Đề xuất thay đổi NCC
 - ⊙ Đề xuất kế hoạch sản phẩm mới

Đối tượng tiếp cận



CEO



CFO



IT Manager



**Purchasing
Manager**

Chân dung khách hàng
CEO





CEO – Ms. Khanh

BACKGROUND:



Job?



Family?



Career path?

CHÂN DUNG KHÁCH HÀNG MỤC TIÊU

Thông tin chung


- ⦿ Hơn 35 tuổi, đã có gia đình và có 1 - 2 con
- ⦿ Thành lập và điều hành công ty hơn 3 năm, là cổ đông lớn nhất của công ty
- ⦿ Là người đứng đầu công ty, ra những quyết định then chốt cho tổ chức
- ⦿ Thu nhập: 100 - 200 triệu đồng
- ⦿ Sống ở trung tâm thành phố HCM / HN
- ⦿ Career path:
 - Bươn chải tự khởi nghiệp
 - Làm việc tại tập đoàn lớn
 - Khởi nghiệp thành lập công ty
 - Tiếp quản công việc của gia đình



CEO – Ms. Khanh

IDENTIFIERS:

 Demeanor

 Communication preferences

CHÂN DUNG KHÁCH HÀNG MỤC TIÊU

Phong thái làm việc (DISC): Dominant

- ⦿ Trao đổi đi thẳng vào vấn đề, mong muốn kết quả, không thích nói chuyện phiếm
- ⦿ Mong muốn tìm kiếm giải pháp cải thiện hiệu suất công việc
- ⦿ Luôn có những nguyên tắc và yêu cầu khắt khe
- ⦿ Thường xuyên bận rộn vì phải giải quyết nhiều vấn đề
→ nhanh gọn và tiết kiệm thời gian



CEO – Ms. Khanh

CHÂN DUNG KHÁCH HÀNG MỤC TIÊU

Công việc / Trách nhiệm

Functional Jobs (Jobs to be done + daily tasks)

1. Đầu tư

- ⊙ Investor relations
- ⊙ M&A - mua bán và sáp nhập
- ⊙ IPO, lên sàn chứng khoán
- ⊙ Dự án đầu tư cơ sở hạ tầng, nhà xưởng, kênh phân phối, chi nhánh

2. Quản trị

- ⊙ Tiền ở đâu để nhập hàng và sản xuất
- ⊙ Thu hồi được công nợ
- ⊙ Kiểm soát tồn kho
- ⊙ Dự báo rủi ro và đề xuất biện pháp xử lý
- ⊙ Báo cáo hoạt động kinh doanh với BOD
- ⊙ Họp Đại hội đồng cổ đông
- ⊙ ESG [Environmental, Social, and Corporate Governance]



CEO – Ms. Khanh

CHÂN DUNG KHÁCH HÀNG MỤC TIÊU

Công việc / Trách nhiệm

Functional Jobs (Jobs to be done + daily tasks)

3. Nhân sự

- ⊙ Ra quyết định tuyển dụng nhân sự cấp cao và chính sách lương thưởng

4. Vận hành

- ⊙ Hoạch định, theo dõi, giám sát kế hoạch mua hàng và bán hàng
- ⊙ Phối hợp các phòng ban và các chi nhánh (nếu có) để triển khai kế hoạch đã đề ra
- ⊙ Đảm bảo nguồn cung cho các khách hàng và nhà phân phối

5. Công nghệ

- ⊙ Quan tâm đến việc áp dụng công nghệ để quản trị DN hiệu quả hơn
- ⊙ Dùng công nghệ thay đổi mô hình kinh doanh, scale up, bền vững



CEO – Ms. Khanh

CHÂN DUNG KHÁCH HÀNG MỤC TIÊU

Công việc / Trách nhiệm

Social Jobs: CEO mong muốn xây dựng hình ảnh trước các stakeholders

- ⊙ **Nhà đầu tư:** hình ảnh về một CEO có cam kết về lợi nhuận, uy tín, minh bạch và chính trực, luôn nỗ lực đạt mục tiêu
- ⊙ **Chủ nợ:** hình ảnh về một CEO luôn giữ chữ tín, nợ là trả đúng hạn
- ⊙ **Khách hàng:** hình ảnh về một CEO uy tín, có tinh thần phục vụ cao
- ⊙ **Nhà cung cấp:** hình ảnh về một CEO có uy tín, win-win
- ⊙ **Nhân viên:** hình ảnh về một CEO có tâm - tầm - tài - tín, quan tâm chăm sóc cho nhân viên
- ⊙ **Cộng đồng CEO:** hình ảnh về một CEO có tâm - tầm - tài - tín
- ⊙ **Xã hội:** hình ảnh về một CEO quan tâm đến ESG (Environmental, Social, and Corporate Governance)



CEO – Ms. Khanh

CHÂN DUNG KHÁCH HÀNG MỤC TIÊU

Công việc / Trách nhiệm

Emotional Jobs:

- ⊙ Áp lực pháp lý khi là người đại diện theo pháp luật của DN
- ⊙ Áp lực tài chính (cảm giác thiếu an toàn, lo lắng về dòng tiền / lợi nhuận giảm)
- ⊙ Áp lực cạnh tranh [giá, sản phẩm thay thế]
- ⊙ Sợ bỏ lỡ cuộc chơi
- ⊙ Nhu cầu thể hiện giá trị bản thân / đẳng cấp
- ⊙ Áp lực xây dựng đế chế phát triển bền vững
 - Mở rộng thị trường (sản phẩm hiện hành nhưng thị trường mới)
 - Mở rộng hệ sinh thái
 - Mở rộng sản phẩm (thị trường hiện hành, thị trường mới)

Supporting Jobs:

Là người mua giá trị: cân nhắc việc áp dụng các phần mềm để nâng cao năng suất cho đội ngũ. Không là người trực tiếp sử dụng phần mềm, nhưng sẽ hưởng lợi ích từ phần mềm, thông qua các báo cáo



CEO – Ms. Khanh

CHÂN DUNG KHÁCH HÀNG MỤC TIÊU

Goals

Primary goals:

1. Đảm bảo dòng tiền cho hoạt động kinh doanh
2. Đảm bảo thu hồi công nợ
3. Đạt mục tiêu kinh doanh (doanh thu, chi phí)
4. Chuẩn hóa hệ thống theo tiêu chuẩn
5. Quản lý rủi ro tốt

Secondary goals:

6. Tăng hiệu suất của các phòng ban, giảm phụ thuộc vào con người cụ thể
7. Quản lý mối quan hệ với KH và NCC



CEO – Ms. Khanh

CHÂN DUNG KHÁCH HÀNG MỤC TIÊU

Challenges

1. Không / Chậm thu hồi được công nợ vì KH chiếm dụng vốn
2. Không bán được hàng vì:
 - ⊙ Nhu cầu, thị hiếu của KH thay đổi
 - ⊙ Đối thủ mạnh (giá & khuyến mãi)
 - ⊙ Không dự báo được chính xác xu hướng liên quan đến sản phẩm, nhu cầu thị trường, khách hàng, đối thủ
 - ⊙ Gặp khó khăn khi tổ chức và triển khai đội ngũ kinh doanh
 - ⊙ Chất lượng dịch vụ trong và sau bán hàng thấp
 - ⊙ Không có hàng để bán
 - ⊙ Không phát triển được điểm bán hàng mới
3. Chi phí cao
 - ⊙ Không quản lý được đầy đủ đơn hàng, thất thoát, thiếu sót đơn hàng
 - ⊙ Quản lý kho thiếu hiệu quả, hàng tồn kho, hàng hết hạn nhiều
 - ⊙ Đội Sales làm việc kém hiệu quả
 - ⊙ Hàng tồn lâu, lỗi thời hoặc hết hạn → giảm giá trị, không thu hồi vốn được, đọng vốn, ảnh hưởng dòng tiền
4. Lập kế hoạch mua hàng, kiểm soát dòng tiền để mua hàng
5. Không có hệ thống để quản lý mối quan hệ với KH và NCC



CEO – Ms. Khanh

CHÂN DUNG KHÁCH HÀNG MỤC TIÊU

Challenges - ATALINK related

1. Khó lựa chọn giải pháp quản lý mua hàng phù hợp
2. Chưa lượng hóa được giá trị, lợi ích khi triển khai giải pháp quản lý mua hàng
3. Lo ngại về vấn đề bảo mật thông tin kinh doanh
4. Thách thức trong việc thay đổi sơ đồ tổ chức, quy trình, cải tiến các nghiệp vụ để vận hành hoạt động kinh doanh trên giải pháp mới
5. Thách thức trong việc thay đổi thói quen làm việc của đội ngũ
6. Thách thức về chi phí và nhân lực triển khai



CEO – Ms. Khanh

CHÂN DUNG KHÁCH HÀNG MỤC TIÊU

Real quotes

1. Chị đang bận, chưa quan tâm đến vấn đề này. Chị đang ổn, không có nhu cầu. Chị không có thời gian
2. Em gửi tài liệu để chị tham khảo nhé
3. Chưa nghe Atalink bao giờ, giải pháp mới hả em? Của VN hay nước ngoài
4. Atalink đã triển khai thành công cho các khách hàng nào trong ngành?
5. Bảo mật dữ liệu thế nào em?
6. DN của chị đặc thù lắm, không áp dụng được đâu em
7. Làm sao để tất cả thông tin được đồng bộ và thông suốt, giúp khối văn phòng, khối cửa hàng kết nối và phối hợp với nhau vừa chặt chẽ lại vừa rõ ràng?
8. Atalink tích hợp được với phần mềm kế toán chị đang dùng không?
9. Kế hoạch triển khai thế nào, cần bao nhiêu nhân lực trong bao lâu?
10. Để chị chuyển cho người phụ trách bên bộ phận mua hàng / bộ phận IT nhé



CEO – Ms. Khanh

CHÂN DUNG KHÁCH HÀNG MỤC TIÊU

Common Objections

1. Rào cản chung (ngại thay đổi)

- ⊙ Bảo mật
- ⊙ Cách làm hiện hành (phần mềm, Excel, giấy tờ) đủ đáp ứng rồi
- ⊙ Công ty đang cân nhắc nhiều khoản đầu tư khác [như ERP]
- ⊙ Chưa thấy đủ giá trị để thay đổi so với giải pháp đang có

2. Chưa tin tưởng giải pháp Atalink

- ⊙ Chưa tin tưởng thương hiệu của giải pháp Atalink
- ⊙ Chưa đủ bộ công cụ [Demand Planning, QL SX, tính giá thành, giá vốn ...]
- ⊙ Atalink chưa triển khai cho KH nào thành công
→ làm sao chắc được hiệu quả
- ⊙ Atalink chưa triển khai cho KH nào ngành này làm sao chắc được hiệu quả
- ⊙ Đội ngũ triển khai có ổn định không, năng lực triển khai đủ đảm bảo không

3. Giá cao quá



CEO – Ms. Khanh

MARKETING MESSAGING

Giải pháp quản lý mua hàng hợp nhất (One-stop shopping. Total solution provider)

- ⦿ Thông tin được cập nhật tức thời giữa các phòng ban và với NCC trên từng đơn mua hàng nhờ khả năng tương tác theo thời gian thực
- ⦿ Quản lý mối quan hệ, lịch sử thương lượng - giao dịch và đánh giá NCC
- ⦿ Nhiều tùy chọn sản phẩm và NCC giúp dễ dàng so sánh và có lựa chọn tối ưu
- ⦿ Xử lý các nghiệp vụ liên quan đến đơn mua hàng, giao nhận, nhập kho, thanh toán một cách xuyên suốt và hiệu quả
- ⦿ Hệ thống báo cáo phân tích mạnh mẽ, hỗ trợ ra quyết định kịp thời, chính xác
- ⦿ Tối ưu vòng quay hàng tồn kho; kiểm soát hiệu quả hạn sử dụng và định mức tồn kho; quản lý hàng tồn kho theo lô
- ⦿ Nâng cao 30% năng suất của đội ngũ mua hàng và giúp cắt giảm 10% chi phí hoạt động của DN



CEO – Ms. Khanh

PRODUCT CONCEPT

Product concept 1: Tối ưu hóa lợi nhuận

Kinh doanh phải gắn liền với lợi nhuận. Trong thời đại số, giải pháp quản trị mua hàng giúp DN tối ưu hóa chi phí mua hàng nhờ quản lý xuyên suốt sự tương tác, phối hợp giữa các bộ phận, phòng ban và với NCC.

Sử dụng Atalink, DN có ngay 1 giải pháp quản trị mua hàng hiệu quả, từ khâu tìm kiếm, so sánh, lựa chọn sản phẩm và NCC cho đến quá trình xử lý đơn hàng, kiểm soát tồn kho, thanh toán và công nợ; kết hợp với hệ thống báo cáo, phân tích và hỗ trợ ra quyết định mạnh mẽ.

Atalink cung cấp giải pháp quản trị mua hàng hợp nhất giúp cộng đồng DN nhỏ và vừa **NÂNG CẤP** việc ứng dụng công nghệ để cải thiện lợi nhuận kinh doanh bền vững. |



CEO – Ms. Khanh

PRODUCT CONCEPT

Product concept 2: Cộng hưởng năng lực các phòng ban để tối ưu hóa năng lực mua hàng của DN

Trong thời đại số, để phát triển kinh doanh vững chắc thì tốc độ xử lý thông tin và ra quyết định cần nhanh chóng, kịp thời; sự tương tác, phối hợp giữa các phòng ban, bộ phận cần đồng bộ và xuyên suốt.

Năng lực mua hàng là một trong những yếu tố then chốt ảnh hưởng lớn đến hiệu quả kinh doanh. Do đó để đáp ứng nhu cầu phát triển kinh doanh của DN, các bộ phận liên quan đến việc mua hàng luôn phải cố gắng nâng cao năng lực.

Atalink cung cấp giải pháp quản trị mua hàng hợp nhất giúp cộng đồng DN nhỏ và vừa **LÊN ĐỜI** về năng lực kinh doanh.

Sử dụng Atalink, DN sở hữu giải pháp công nghệ giúp tăng cường sự phối hợp giữa các bộ phận, phòng ban - cho phép giảm thời gian xử lý đơn mua hàng, giảm sai sót, nâng cao năng lực đáp ứng để phục vụ KH tốt hơn.

Ngoài ra, Atalink còn cung cấp các công cụ giúp phân tích, đánh giá, hỗ trợ ra quyết định cho đội ngũ quản lý.

Chân dung khách hàng
CFO





CFO – Mr. Nghĩa

BACKGROUND:

 Job?

 Family?

 Career path?

CHÂN DUNG KHÁCH HÀNG MỤC TIÊU

Thông tin chung

- ⦿ Chủ yếu là Nam (Nữ ít), 40 - 60 tuổi
- ⦿ Là một chuyên gia tài chính chịu trách nhiệm chủ yếu về quản lý và giám sát các hoạt động tài chính của công ty
- ⦿ Đưa ra chiến lược tài chính của công ty và đảm bảo rằng DN hoạt động hiệu quả về mặt tài chính
- ⦿ Có kinh nghiệm làm việc lâu dài trong ngành 10 - 20 năm
- ⦿ Thu nhập: 100 - 200 triệu VNĐ
- ⦿ Sống ở trung tâm TP. HCM / HN
- ⦿ Đã lập gia đình, có 1 - 2 con
- ⦿ Career path:
 - Tốt nghiệp đại học, Thạc sỹ chuyên ngành Kế toán, Tài chính hoặc Quản trị kinh doanh
 - Làm từ kế toán viên, trưởng phòng kế toán, kế toán trưởng, Giám đốc tài chính
 - Có thể làm bộ phận hoạch định chiến lược sau đó lên làm CFO



CFO – Mr. Nghĩa

IDENTIFIERS:

 Demeanor

 Communication preferences

CHÂN DUNG KHÁCH HÀNG MỤC TIÊU

Phong thái làm việc (DISC): Tư duy đầu tư và tài chính nên có 02 nhóm tính cách khá rõ là **D, C**

- ⦿ Thường thích tiếp cận **trực tiếp, ngắn gọn và trực tiếp vấn đề** mà không mất nhiều thời gian vào các chi tiết không cần thiết, mong muốn kết quả, không thích nói chuyện phiếm (D). Do nhiều năm làm về đầu tư đã có tư duy kinh doanh tốt

Tuy nhiên khi đi sâu vào vấn đề thường:

- ⦿ Thể hiện tính **cẩn trọng, tỉ mỉ** và chú trọng đến chi tiết, có xu hướng phân tích kỹ lưỡng và **tuân thủ quy tắc** trong công việc. Cho nên thích trao đổi mạch lạc và có tính logic, cung cấp đầy đủ các chứng cứ và **chi tiết dữ liệu** khi có yêu cầu để có thể ra quyết định được (C)



CFO – Mr. Nghĩa

CHÂN DUNG KHÁCH HÀNG MỤC TIÊU

Công việc / Trách nhiệm

Functional Jobs (Jobs to be done + daily tasks)

1. Lập kế hoạch tài chính và dự báo

- ⊙ Dự báo doanh thu và lợi nhuận
- ⊙ Lập kế hoạch ngân sách
- ⊙ Đánh giá vốn đầu tư
- ⊙ Dự báo tiêu thụ vốn và quản lý dòng tiền
- ⊙ Phân tích và quản lý rủi ro tài chính
- ⊙ Đề xuất chiến lược tài chính

2. Quản lý tài chính và kế toán

- ⊙ Giám sát hệ thống kế toán
- ⊙ Xác nhận tính chính xác của dữ liệu tài chính
- ⊙ Quản lý hồ sơ tài chính và thuế
- ⊙ Quản lý thanh toán và thu nợ
- ⊙ Điều chỉnh chi phí và nguồn lực
- ⊙ Tối ưu hóa cấu trúc tài chính (Thực hiện liên tục)
- ⊙ Thực hiện kiểm toán tài chính
- ⊙ Tuân thủ pháp luật và chuẩn mực kế toán



CFO – Mr. Nghĩa

CHÂN DUNG KHÁCH HÀNG MỤC TIÊU

Công việc / Trách nhiệm

Functional Jobs (Jobs to be done + daily tasks)

3. Quản lý rủi ro tài chính

- ⊙ Định danh rủi ro tài chính
- ⊙ Phân tích tác động của rủi ro
- ⊙ Phát triển kế hoạch dự phòng
- ⊙ Giám sát và đánh giá liên tục
- ⊙ Đào tạo nhân viên về quản lý rủi ro

4. Tối ưu hóa chi phí và lợi nhuận

- ⊙ Phân tích chi phí và hiệu suất
- ⊙ Quản lý nguồn lực nhân sự và vật liệu
- ⊙ Đề xuất biện pháp tiết kiệm chi phí
- ⊙ Đánh giá lợi nhuận từ các dự án đầu tư
- ⊙ Thực hiện, kiểm soát chiến lược giá cả và tiếp thị



CFO – Mr. Nghĩa

CHÂN DUNG KHÁCH HÀNG MỤC TIÊU

Công việc / Trách nhiệm

Functional Jobs (Jobs to be done + daily tasks)

5. Quản lý quan hệ tài chính với bên ngoài

- ⊙ Quản lý quan hệ với ngân hàng và tổ chức tài chính
- ⊙ Thương lượng điều kiện vay vốn và các giao dịch tài chính khác
- ⊙ Tìm kiếm nguồn vốn mới
- ⊙ Quản lý rủi ro liên quan đến tài chính

6. Tham gia vào quá trình ra quyết định chiến lược

- ⊙ Tham gia vào việc xác định các mục tiêu kinh doanh
- ⊙ Đưa ra đề xuất chiến lược tài chính
- ⊙ Đưa ra đề xuất về đầu tư và chi phí



CFO – Mr. Nghĩa

CHÂN DUNG KHÁCH HÀNG MỤC TIÊU

Công việc / Trách nhiệm

Social Jobs: CFO mong muốn xây dựng hình ảnh trước các stakeholders

- ⊙ **Nhà đầu tư:** Một CFO trung thực, minh bạch và khả năng quản lý tài chính hiệu quả, giúp họ cảm thấy yên tâm về việc đầu tư vào công ty
- ⊙ **Ban giám đốc:** hình ảnh về một CFO chuyên nghiệp, tầm nhìn chiến lược rõ ràng và khả năng đưa ra quyết định tài chính đúng đắn
- ⊙ **Chủ nợ:** hình ảnh về một CFO luôn giữ chữ tín, nợ là trả đúng hạn, duy trì mối quan hệ đối tác lâu dài
- ⊙ **Khách hàng:** hình ảnh về một CFO uy tín, có tinh thần phục vụ cao
- ⊙ **Nhà cung cấp:** hình ảnh về một CFO có uy tín, win-win
- ⊙ **Nhân viên:** hình ảnh về một CFO có tâm - tầm - tài - tín, quan tâm chăm sóc cho nhân viên
- ⊙ **Cộng đồng CFO:** hình ảnh về một CFO có uy tín, chuyên môn cao
- ⊙ **Xã hội:** hình ảnh về một CFO tuân thủ đúng luật



CFO – Mr. Nghĩa

CHÂN DUNG KHÁCH HÀNG MỤC TIÊU

Công việc / Trách nhiệm

Emotional Jobs:

- ⊙ Áp lực pháp lý khi là người chịu trách nhiệm về tài chính của công ty
- ⊙ Áp lực tài chính (cảm giác thiếu an toàn, lo lắng về dòng tiền / lợi nhuận giảm)
- ⊙ Áp lực rủi ro khi đầu tư
- ⊙ Sợ bỏ lỡ cuộc chơi
- ⊙ Nhu cầu thể hiện giá trị bản thân / đẳng cấp
- ⊙ Áp lực xây dựng hệ thống tài chính hiệu quả và bền vững
 - Dòng tiền
 - Chi phí
 - Đúng luật

Supporting Jobs (theo hướng mua phần mềm):

Là người mua giá trị: cân nhắc việc áp dụng các phần mềm để nâng cao **năng suất** cho đội ngũ, **giảm chi phí**. Không là người trực tiếp sử dụng phần mềm, nhưng sẽ hưởng lợi ích từ phần mềm, thông qua các báo cáo.



CFO – Mr. Nghĩa

CHÂN DUNG KHÁCH HÀNG MỤC TIÊU

Goals

Primary goals

1. Tối ưu hoá chi phí
2. Giảm thiểu và giảm nhẹ **rủi ro**
3. Tăng lợi nhuận
4. Đảm bảo **tăng trưởng** kinh doanh

Secondary goals:

5. Tăng dòng tiền
6. Tối ưu hoá đòn bẩy



CFO – Mr. Nghĩa

CHÂN DUNG KHÁCH HÀNG MỤC TIÊU

Challenges

1. Quản lý và tối ưu hóa nguồn lực tài chính
2. Quản lý rủi ro tài chính
3. Tối ưu hóa cấu trúc vốn
4. Đảm bảo tuân thủ các quy định và chuẩn mực kế toán
5. Quản lý đội ngũ kế toán, tài chính
6. Đối mặt với biến động thị trường tài chính toàn cầu
7. Thẩm định và đề xuất phương án đầu tư mới



CFO – Mr. Nghĩa

CHÂN DUNG KHÁCH HÀNG MỤC TIÊU

Challenges - ATALINK related

1. Khó lựa chọn giải pháp quản lý mua hàng **phù hợp với chiến lược tổng thể (mua hàng, kho, sản xuất, kế toán)**
2. Chưa lượng hóa được giá trị, lợi ích khi triển khai giải pháp quản lý mua hàng
3. Lo ngại về vấn đề bảo mật thông tin kinh doanh
4. Thách thức trong việc thay đổi sơ đồ tổ chức, quy trình, cải tiến các nghiệp vụ để vận hành hoạt động kinh doanh trên giải pháp mới
5. Thách thức trong việc thay đổi thói quen làm việc của đội ngũ
6. Thách thức về chi phí và nhân lực triển khai
7. **Đảm bảo tuân thủ chuẩn mực kế toán và quy định khi sử dụng phần mềm**



CFO – Mr. Nghĩa

CHÂN DUNG KHÁCH HÀNG MỤC TIÊU

Real quotes

1. Anh đang bận, chưa quan tâm đến vấn đề này. Anh đang ổn, không có nhu cầu. Anh không có thời gian
2. DN của anh đặc thù lắm, không áp dụng được đâu em
3. Em gửi tài liệu để Anh tham khảo đi
4. Để anh chuyển cho người phụ trách bên bộ phận mua hàng / bộ phận IT nhé
5. Có demand planning không?
6. Có quản lý công nợ và quản lý chi phí mua hàng không em?
7. Quản lý sản xuất? Định mức? Quản lý tỷ lệ hao hụt?
8. Atalink tích hợp được với phần mềm kế toán anh đang dùng không?
9. Kế hoạch triển khai thế nào, cần bao nhiêu nhân lực trong bao lâu?



CFO – Mr. Nghĩa

CHÂN DUNG KHÁCH HÀNG MỤC TIÊU

Common Objections

- 1. Rào cản chung** (ngại thay đổi)
 - ⊙ Bảo mật
 - ⊙ Cách làm hiện hành (phần mềm, Excel, giấy tờ) đủ đáp ứng rồi
 - ⊙ Công ty đang cân nhắc nhiều khoản đầu tư khác [như ERP]
 - ⊙ Chưa thấy đủ giá trị để thay đổi so với giải pháp đang có
- 2. Chưa tin tưởng giải pháp Atalink**
 - ⊙ Chưa tin tưởng thương hiệu của giải pháp Atalink
 - ⊙ Chưa đủ bộ công cụ [Demand Planning, QL SX, tính giá thành, giá vốn ...]
 - ⊙ Atalink chưa triển khai cho KH nào thành công
 - làm sao chắc được hiệu quả
 - ⊙ Atalink chưa triển khai cho KH nào ngành này làm sao chắc được hiệu quả
 - ⊙ Đội ngũ triển khai có ổn định không, năng lực triển khai đủ đảm bảo không
- 3. Giá cao quá**



CFO – Mr. Nghĩa

MARKETING MESSAGING

Giải pháp quản lý mua hàng hợp nhất (One-stop shopping. Total solution provider)

- ⊙ Tối ưu hóa quy trình mua hàng, **tương tác với NCC** theo thời gian thực, giúp bạn dễ dàng phân tích **chi phí, và tối ưu hóa dòng tiền**
- ⊙ Tối ưu vòng quay hàng tồn kho, ổn định và gia tăng dòng tiền
- ⊙ Nâng cao 30% năng suất của đội ngũ mua hàng và giúp cắt giảm 10% chi phí hoạt động của DN
- ⊙ Nhiều tùy chọn sản phẩm và NCC giúp dễ dàng so sánh và có lựa chọn tối ưu
- ⊙ Xử lý các nghiệp vụ liên quan đến đơn mua hàng, giao nhận, nhập kho, thanh toán **một cách xuyên suốt** và hiệu quả
- ⊙ Hệ thống báo cáo phân tích mạnh mẽ, hỗ trợ ra quyết định kịp thời, chính xác giúp **thiểu giảm rủi ro** trong DN



CFO – Mr. Nghĩa

PRODUCT CONCEPT

Product concept 1: Tối ưu hóa chi phí

Trong môi trường kinh doanh đầy biến động, tối ưu hóa chi phí liên quan trực tiếp đến việc tồn tại & phát triển của DN. Để **tối ưu hóa chi phí mua hàng**, DN cần có quy trình mua hàng phù hợp, nâng cao năng lực đội ngũ mua hàng & **tương tác hiệu quả với NCC theo thời gian thực**.

Sử dụng Atalink, DN có ngay giải pháp quản lý mua hàng tối ưu - từ khâu tìm kiếm, so sánh, lựa chọn sản phẩm và NCC cho đến quá trình xử lý đơn hàng, kiểm soát tồn kho, thanh toán và công nợ; ngoài ra hệ thống còn hỗ trợ theo dõi lịch sử trao đổi, thương lượng, tương tác với NCC trên cùng 1 nền tảng, giúp thông tin được cập nhật xuyên suốt giữa các phòng ban, bộ phận và NCC, hỗ trợ đội ngũ nâng cao năng lực mua hàng.

Với Atalink, DN chủ động sử dụng công nghệ số để tối ưu hóa chi phí. |



CFO – Mr. Nghĩa

PRODUCT CONCEPT

Product concept 2: Giảm thiểu và giảm nhẹ rủi ro

Trong môi trường kinh doanh đầy biến động, việc ưu tiên giảm thiểu và giảm nhẹ rủi ro đang trở thành ưu tiên hàng đầu để bảo vệ và tăng cường giá trị cho DN.

Sử dụng Atalink, DN có ngay giải pháp giúp **đánh giá toàn diện, giảm thiểu rủi ro trong quá trình mua hàng** thông qua việc theo dõi lịch sử trao đổi, thương lượng, tương tác, đánh giá năng lực, uy tín của NCC trên cùng 1 nền tảng, giúp thông tin được cập nhật xuyên suốt giữa các phòng ban, bộ phận và NCC. Ngoài ra, hệ thống cho phép DN dễ dàng tìm kiếm, so sánh, lựa chọn sản phẩm phù hợp; kết hợp với hệ thống báo cáo, phân tích và hỗ trợ ra quyết định mạnh mẽ giúp các cấp quản lý quyết định nhanh chóng & chính xác.

Với Atalink, DN chủ động sử dụng công nghệ số để giảm thiểu và giảm nhẹ **rủi ro**, tạo nên nền tảng vững chắc cho sự thành công của DN.

**Chân dung khách hàng
IT Manager**





ITM – Mr. Hưng

BACKGROUND:

 Job?

 Family?

 Career path?

CHÂN DUNG KHÁCH HÀNG MỤC TIÊU

Thông tin chung

- ⦿ Chủ yếu là Nam, 30 - 45 tuổi
- ⦿ Chịu trách nhiệm quản lý hệ thống và công nghệ thông tin tại DN
- ⦿ 7- 10 năm kinh nghiệm trong quản lý các dự án phần mềm và ứng dụng DN
- ⦿ Có kinh nghiệm trong việc quản lý hệ thống mạng và cơ sở hạ tầng IT
- ⦿ Thu nhập: 30 - 60 triệu VNĐ
- ⦿ Sống ở trung tâm TP. HCM / HN
- ⦿ Đã lập gia đình, có 1 - 2 con
- ⦿ Career path:
 - Tốt nghiệp đại học chuyên ngành CNTT, khoa học máy tính hoặc lĩnh vực liên quan
 - Làm từ IT Help Desk, IT hệ thống... IT Manager



ITM – Mr. Hưng

IDENTIFIERS:



Demeanor



Communication preferences

CHÂN DUNG KHÁCH HÀNG MỤC TIÊU

Thái độ

- ⦿ Kỹ tính, hay nghi ngờ, hay so sánh, cần chi tiết, cần con số rõ ràng. Làm việc từng bước 1 (Step by Step)
- ⦿ Thích làm việc một cách hệ thống và có kế hoạch, đảm bảo rằng mọi phương án đều được xem xét cẩn thận, minh bạch và đầy đủ thông tin trước khi thực hiện

Sở thích giao tiếp

- ⦿ Thích làm việc qua email và tài liệu văn bản để có thời gian đánh giá và xem xét thông tin trước khi thảo luận trực tiếp
- ⦿ Khi trao đổi càng chi tiết càng tốt, trao đổi vấn đề nào xong vấn đề đó trước khi qua vấn đề khác. Đảm bảo rằng mọi chi tiết đều được hiểu rõ và không gây hiểu lầm
- ⦿ Không thích bị dí, thúc ép khi chưa có đầy đủ thông tin cần
- ⦿ **Đa phần thuộc nhóm C - trong DISC**



ITM – Mr. Hưng

CHÂN DUNG KHÁCH HÀNG MỤC TIÊU

Công việc / Trách nhiệm

Functional Jobs (Jobs to be done + daily tasks)

1. Quản lý hạ tầng CNTT

- ⦿ Xây dựng và duy trì hạ tầng CNTT
- ⦿ Bảo mật hạ tầng CNTT
- ⦿ Dự phòng và khôi phục thảm họa
- ⦿ Giám sát và điều phối nguồn lực
- ⦿ Nâng cấp và mở rộng hạ tầng CNTT

2. Quản lý dữ liệu và bảo mật

- ⦿ Phân loại và bảo vệ dữ liệu
- ⦿ Sao lưu và phục hồi dữ liệu
- ⦿ Bảo mật hệ thống và mạng
- ⦿ Đào tạo và nâng cao nhận thức an ninh

3. Quản lý dự án CNTT

- ⦿ Lập kế hoạch dự án CNTT
- ⦿ Theo dõi tiến độ và quản lý rủi ro
- ⦿ Quản lý ngân sách và tài nguyên
- ⦿ Giao tiếp và báo cáo dự án
- ⦿ Đánh giá và tối ưu hóa



ITM – Mr. Hưng

CHÂN DUNG KHÁCH HÀNG MỤC TIÊU

Công việc / Trách nhiệm

Functional Jobs (Jobs to be done + daily tasks)

4. Hỗ trợ kỹ thuật

- ⊙ Phát triển kế hoạch và chiến lược cho phòng hỗ trợ kỹ thuật
- ⊙ Quản lý nhóm hỗ trợ kỹ thuật
- ⊙ Phân tích và đánh giá hỗ trợ kỹ thuật
- ⊙ Hợp tác với các bộ phận khác để giải quyết các vấn đề kỹ thuật phức tạp

5. Quản lý ngân sách và chi phí CNTT

- ⊙ Lập kế hoạch ngân sách CNTT
- ⊙ Theo dõi và điều chỉnh chi phí
- ⊙ **Đánh giá và lựa chọn công nghệ mới**
- ⊙ **Thương thảo hợp đồng và dịch vụ CNTT**
- ⊙ Báo cáo và **phân tích chi phí** CNTT



ITM – Mr. Hưng

CHÂN DUNG KHÁCH HÀNG MỤC TIÊU

Công việc / Trách nhiệm

Social Jobs: ITM mong muốn xây dựng hình ảnh trước các stakeholders

- 1. Ban giám đốc:** hình ảnh về một ITM chuyên nghiệp và hiệu quả
 - ⊙ Đề xuất chiến lược CNTT: Trình bày và giải thích chiến lược công nghệ dự kiến và lợi ích của nó đối với mục tiêu kinh doanh của DN
 - ⊙ Bảo mật thông tin: Luôn giám sát và đảm bảo rằng hệ thống và dữ liệu đều an toàn, giảm rủi ro về an ninh thông tin
- 2. Phòng ban khác:** hình ảnh về một ITM có chuyên môn cao, hỗ trợ và hợp tác chặt chẽ với các phòng ban khác
 - ⊙ Hợp tác dự án: Giao tiếp, hợp tác chặt chẽ với các phòng ban khác trong việc triển khai và duy trì các dự án công nghệ
- 3. NCC:** hình ảnh về một ITM có chuyên môn cao, trách nhiệm, cởi mở
 - ⊙ Quản lý mối quan hệ đối tác: Xây dựng mối quan hệ đối tác tích cực với các NCC công nghệ, thúc đẩy cộng tác và đàm phán hợp đồng có lợi cho cả hai bên
 - ⊙ Theo dõi xu hướng công nghệ: Đảm bảo rằng đội ngũ IT luôn cập nhật với những xu hướng mới nhất trong công nghệ



ITM – Mr. Hưng

CHÂN DUNG KHÁCH HÀNG MỤC TIÊU

Công việc / Trách nhiệm

Social Jobs: ITM mong muốn xây dựng hình ảnh trước các stakeholders

4. **Nhân viên:** hình ảnh về một ITM tận tâm, tạo điều kiện và hỗ trợ hết mình cho NV
 - ⦿ Đào tạo và phát triển: Đào tạo nhân viên về các công nghệ mới và đảm bảo họ có môi trường làm việc hiệu quả và hỗ trợ
 - ⦿ Chăm sóc khách hàng nội bộ: Đảm bảo rằng dịch vụ IT được cung cấp hiệu quả và hỗ trợ nhu cầu của nhân viên
5. **Xã hội:** hình ảnh về một ITM có tầm, chuyên môn cao, chuyên nghiệp
 - ⦿ Tham gia cộng đồng chuyên ngành: Tham gia vào các diễn đàn, sự kiện và cộng đồng trực tuyến để chia sẻ kiến thức và xây dựng mối quan hệ trong ngành
 - ⦿ Chia sẻ kiến thức: Chia sẻ thông tin và kinh nghiệm với cộng đồng IT để tạo ra một cộng đồng hỗ trợ và phát triển chung



ITM – Mr. Hưng

CHÂN DUNG KHÁCH HÀNG MỤC TIÊU

Công việc / Trách nhiệm

Emotional Jobs:

- ⦿ **Áp lực tối ưu hóa công nghệ:** Sự lo lắng về việc đưa ra quyết định đúng đắn và chọn lựa các giải pháp công nghệ phù hợp với mục tiêu và chi phí của DN
- ⦿ **Áp lực thay đổi và sáng tạo:** Sự lo lắng về việc thích nghi với các thay đổi công nghệ liên tục và đảm bảo rằng DN không bị tổn động với các giải pháp lạc hậu
- ⦿ **Áp lực bảo mật và rủi ro:** Sự lo lắng về mất dữ liệu và sự cố bảo mật có thể ảnh hưởng đến hoạt động kinh doanh của DN
- ⦿ **Áp lực thời gian và hiệu suất:** Cảm giác áp lực về việc hoàn thành dự án và nhiệm vụ kỹ thuật trong khung thời gian hạn chế
- ⦿ Nhu cầu thể hiện giá trị bản thân

Supporting Jobs:

Là người cùng tạo giá trị: Cân nhắc việc áp dụng các phần mềm để nâng cao năng suất trong DN. Tham gia vào đào tạo hỗ trợ người dùng, đảm bảo rằng phần mềm hoạt động đúng cam kết, theo dõi và đề xuất cải tiến phần mềm nhằm mang lại hiệu quả tốt nhất cho DN



ITM – Mr. Hưng

CHÂN DUNG KHÁCH HÀNG MỤC TIÊU

Goals

Primary goals

1. Đảm bảo hệ thống CNTT hoạt động một cách hiệu quả và ổn định
2. Tối ưu ứng dụng CNTT cải thiện hiệu suất toàn diện cho DN
3. Tham gia vào việc lập chiến lược về CNTT với BGD

Secondary goals:

4. Triển khai và duy trì các giải pháp bảo mật và an ninh thông tin hiệu quả để bảo vệ dữ liệu và thông tin quan trọng của DN
5. Xây dựng một môi trường làm việc tích cực và đảm bảo rằng nhân viên có đủ kiến thức và kỹ năng để sử dụng công nghệ một cách hiệu quả và an toàn



ITM – Mr. Hưng

CHÂN DUNG KHÁCH HÀNG MỤC TIÊU

Challenges

1. Bảo mật thông tin (Bảo đảm an toàn và bảo mật cho thông tin của DN)
2. Tích hợp và tương thích (quản lý sự tương thích giữa phần mềm, đồng thời đảm bảo tính đồng bộ dữ liệu)
3. Luôn giữ vững **hiệu suất hệ thống IT** ở mức tốt nhất
4. Đào tạo và chuyển giao công nghệ hiệu quả từ NCC
5. Người dùng quen với việc sử dụng hệ thống mới (change management)
6. Làm sao phân tích và quản lý dữ liệu lớn (đảm bảo rằng hệ thống có khả năng xử lý và phân tích dữ liệu một cách hiệu quả để hỗ trợ quyết định chiến lược)



ITM – Mr. Hưng

CHÂN DUNG KHÁCH HÀNG MỤC TIÊU

Challenges - ATALINK related

1. Khó lựa chọn giải pháp quản lý mua hàng phù hợp
2. Chưa lượng hóa được giá trị, lợi ích khi triển khai giải pháp quản lý mua hàng
3. Lo ngại về vấn đề bảo mật thông tin kinh doanh
4. Thách thức trong việc thay đổi sơ đồ tổ chức, quy trình, cải tiến các nghiệp vụ để vận hành hoạt động kinh doanh trên giải pháp mới
5. Thách thức trong việc thay đổi thói quen làm việc của đội ngũ
6. Thách thức về chi phí và nhân lực triển khai



ITM – Mr. Hưng

CHÂN DUNG KHÁCH HÀNG MỤC TIÊU

Real quotes

1. Anh đang bận, chưa quan tâm đến vấn đề này. Bên anh đang ổn, không có nhu cầu. Anh không có thời gian
2. Em gửi tài liệu qua để anh tham khảo đi
3. Bên em phần mềm tự sản xuất hay build trên nền tảng nào? Của Việt Nam hay nước ngoài?
4. Mô hình phần mềm là gì?
5. Bên em đang dùng công nghệ gì? Hạ tầng lưu trữ ra sao? Bảo mật thế nào?
6. Bên em đã triển khai đơn vị nào giống bên anh chưa, gửi thông tin anh tham khảo
7. Bên em có tính mở rộng, phát triển thêm được không?
8. Atalink tích hợp được với phần mềm bên anh đang dùng không?
9. Kế hoạch triển khai thế nào, triển khai trong bao lâu? Cần những ai tham gia?
10. Em có demo hay trial không em? Anh muốn dùng thử



ITM – Mr. Hưng

CHÂN DUNG KHÁCH HÀNG MỤC TIÊU

Common Objections

- 1. Rào cản chung** (ngại thay đổi)
 - ⊙ Bảo mật
 - ⊙ Cách làm hiện hành (phần mềm, Excel, giấy tờ) đủ đáp ứng rồi
 - ⊙ Công ty đang cân nhắc nhiều khoản đầu tư khác [như ERP]
 - ⊙ Chưa thấy đủ giá trị để thay đổi so với giải pháp đang có
- 2. Chưa tin tưởng giải pháp Atalink**
 - ⊙ Chưa tin tưởng thương hiệu của giải pháp Atalink
 - ⊙ Chưa đủ bộ công cụ [Demand Planning, QL SX, tính giá thành, giá vốn ...]
 - ⊙ Atalink chưa triển khai cho KH nào thành công
 - làm sao chắc được hiệu quả
 - ⊙ Atalink chưa triển khai cho KH nào ngành này làm sao chắc được hiệu quả
 - ⊙ Đội ngũ triển khai có ổn định không, năng lực triển khai đủ đảm bảo không
- 3. Giá cao quá**



ITM – Mr. Hưng

MARKETING MESSAGING

Giải pháp quản lý mua hàng hợp nhất (One-stop shopping. Total solution provider)

- ⊙ **Tối ưu hóa quy trình mua hàng, tương tác với NCC theo thời gian thực**, giúp DN quản lý thông tin / dữ liệu nội bộ và với các đối tác thương mại một cách tập trung, nhanh chóng & bảo mật; từ đó, giúp giảm rủi ro & tăng cường uy tín cho DN
- ⊙ Đảm bảo mọi hoạt động mua hàng của DN diễn ra mượt mà và hiệu quả
- ⊙ Kiểm soát chặt chẽ chi phí mua hàng, dễ dàng quản lý hoạt động & hiệu suất của đội ngũ mua hàng trên hệ thống, giúp DN tối ưu chi phí & nguồn lực
- ⊙ Hệ thống báo cáo phân tích mạnh mẽ, hỗ trợ ra quyết định kịp thời, chính xác giúp thiếu giảm rủi ro trong DN



ITM – Mr. Hưng

PRODUCT CONCEPT

Product concept: Tối ưu hóa hiệu suất bằng CNTT

Trong môi trường kinh doanh cạnh tranh khốc liệt như hiện nay, việc ứng dụng CNTT để **tối ưu hóa năng suất làm việc**, nâng cao sức mạnh cạnh tranh để gia tăng lợi nhuận có liên quan trực tiếp đến việc tồn tại & phát triển của DN. Trong thời đại số, giải pháp quản trị mua hàng giúp DN tối ưu hóa quy trình mua hàng, tăng hiệu suất làm việc của đội ngũ & giảm rủi ro quản trị nhờ quản lý xuyên suốt sự tương tác, phối hợp giữa các bộ phận, phòng ban và với NCC.

Sử dụng Atalink, DN có ngay giải pháp quản lý mua hàng tối ưu - từ khâu tìm kiếm, so sánh, lựa chọn sản phẩm và NCC cho đến quá trình xử lý đơn hàng, kiểm soát tồn kho, thanh toán và công nợ. Ngoài ra hệ thống còn hỗ trợ theo dõi lịch sử trao đổi, thương lượng, tương tác với NCC trên cùng 1 nền tảng, giúp thông tin được cập nhật xuyên suốt giữa các phòng ban, bộ phận và NCC, hỗ trợ đội ngũ nâng cao năng lực mua hàng; từ đó giảm rủi ro quản trị & tăng cường uy tín cho DN.

Với Atalink, DN chủ động sử dụng công nghệ số để tối ưu hóa hiệu suất, nâng cao sức mạnh cạnh tranh.

Chân dung khách hàng
Purchasing Manager





PM – Ms. Quyên

BACKGROUND:

 Job?

 Family?

 Career path?

CHÂN DUNG KHÁCH HÀNG MỤC TIÊU

Thông tin chung

- Có cả Nam & Nữ, 28 - 45 tuổi
- Chịu trách nhiệm quản lý quá trình mua hàng của công ty từ việc đề xuất, đàm phán, ký kết hợp đồng mua bán với các NCC, đảm bảo sự cung cấp đủ và đúng thời hạn của các vật liệu, sản phẩm / dịch vụ cần thiết cho hoạt động sản xuất hoặc kinh doanh của công ty; đồng thời giám sát và đánh giá hiệu quả của các quy trình mua hàng, đảm bảo tuân thủ các quy định pháp luật và tối ưu hóa chi phí mua hàng
- 4 - 7 năm kinh nghiệm trong quản lý bộ phận mua hàng trong DN
- Thu nhập: 25 - 40 triệu VNĐ
- Sống ở trung tâm TP. HCM / HN
- Đã lập gia đình, có 1 - 2 con
- Career path:
 - Tốt nghiệp đại học kinh tế, quản trị Kinh doanh, thương mại quốc tế, có chứng chỉ hoạt động xuất nhập khẩu và thủ tục hải quan
 - Làm từ Sourcing, Purchasing Specialist, Purchasing Supervisor ...
→ Purchasing Manager



PM – Ms. Quyên

IDENTIFIERS:



Demeanor



Communication preferences

CHÂN DUNG KHÁCH HÀNG MỤC TIÊU

Thái độ

- ⦿ Purchasing Manager thường thể hiện sự tận tâm đối với công việc của mình, có khả năng tập trung cao khi xử lý các nhiệm vụ mua hàng
- ⦿ Trong quá trình đàm phán và ra quyết định, họ có thể thể hiện thái độ quyết đoán và tự tin để đảm bảo mục tiêu mua hàng được đạt được hiệu quả nhất

Sở thích giao tiếp

- ⦿ Thích làm việc qua email và tài liệu văn bản để có thời gian đánh giá và yêu cầu thông tin chi tiết để đảm bảo hiểu rõ, đầy đủ và chính xác
- ⦿ Khi trao đổi càng chi tiết càng tốt, trao đổi vấn đề nào xong vấn đề đó trước khi qua vấn đề khác. Đảm bảo rằng các điều khoản, điều kiện trong các thương vụ mua bán đều được hiểu rõ
- ⦿ Không thích bị dí, thúc ép khi chưa có đầy đủ thông tin cần
- ⦿ **Đa phần thuộc nhóm C (80%), I (20%) - trong DISC**



PM – Ms. Quyên

CHÂN DUNG KHÁCH HÀNG MỤC TIÊU

Công việc / Trách nhiệm

Functional Jobs (Jobs to be done + daily tasks)

1. Quản lý nhu cầu mua hàng

- ⊙ Xác định nhu cầu mua hàng
- ⊙ Đánh giá ưu tiên và mức độ quan trọng
- ⊙ Lập kế hoạch nhu cầu mua hàng
- ⊙ Tư vấn, hỗ trợ và tương tác các bộ phận liên quan
- ⊙ Theo dõi sự thay đổi nhu cầu; Đảm bảo tuân thủ quy trình
- ⊙ Báo cáo, đánh giá hiệu quả mua hàng

2. Nghiên cứu và lựa chọn NCC

- ⊙ Phân tích nhu cầu mua hàng, tìm kiếm và đánh giá NCC
- ⊙ So sánh giá và điều kiện HĐ của các NCC
- ⊙ Đánh giá rủi ro và ổn định của các NCC
- ⊙ Lập danh sách, đánh giá và xếp hạng NCC
- ⊙ Quản lý HĐ và thương lượng NCC
- ⊙ Báo cáo hoạt động quản lý NCC



PM – Ms. Quyên

CHÂN DUNG KHÁCH HÀNG MỤC TIÊU

Công việc / Trách nhiệm

Functional Jobs (Jobs to be done + daily tasks)

3. Quản lý ngân sách mua hàng

- ⊙ Lập kế hoạch ngân sách mua hàng
- ⊙ Quản lý chi phí mua hàng
- ⊙ Thương lượng giá, ưu đãi, khuyến mãi từ NCC
- ⊙ Đánh giá hiệu quả, hiệu suất việc mua hàng
- ⊙ Theo dõi và báo cáo chi phí mua hàng

4. Tổ chức và quản lý đội ngũ mua hàng

- ⊙ Xây dựng và phát triển đội ngũ mua hàng
- ⊙ Lập kế hoạch và phân công công việc cho đội ngũ
- ⊙ Đào tạo, hỗ trợ và hướng dẫn công việc cho đội ngũ
- ⊙ Đánh giá hiệu suất làm việc của đội ngũ
- ⊙ Liên kết các bộ phận khác trong công ty
- ⊙ Theo dõi và báo cáo hiệu suất phòng mua hàng



PM – Ms. Quyên

CHÂN DUNG KHÁCH HÀNG MỤC TIÊU

Công việc / Trách nhiệm

Functional Jobs (Jobs to be done + daily tasks)

5. Quản lý rủi ro và khó khăn

- ⊙ Xác định và đánh giá rủi ro
- ⊙ Quản lý rủi ro tài chính
- ⊙ Giải quyết xung đột với NCC
- ⊙ Chuẩn bị, đối mặt với sự biến động của thị trường
- ⊙ Tìm kiếm nguồn cung thay thế
- ⊙ Xử lý các vấn đề và khó khăn trong chuỗi cung ứng

6. Báo cáo và đề xuất cải tiến

- ⊙ Liên tục theo dõi các chỉ số và dữ liệu liên quan đến quá trình mua hàng
- ⊙ Phân tích đánh giá xu hướng, biến động của mua hàng
- ⊙ Tạo báo cáo tiến độ định kỳ về hoạt động mua hàng
- ⊙ Đề xuất cải tiến và chiến lược mới để tối ưu hóa quy trình mua hàng
- ⊙ Theo dõi và đánh giá hiệu quả của các biện pháp cải tiến đã triển khai
- ⊙ Tham gia và tham mưu chiến lược mua hàng cho DN



PM – Ms. Quyên

CHÂN DUNG KHÁCH HÀNG MỤC TIÊU

Công việc / Trách nhiệm

Social Jobs: PM mong muốn xây dựng hình ảnh trước các stakeholders

- 1. Ban giám đốc:** hình ảnh về một PM chuyên nghiệp và tin cậy
 - ⊙ Đề xuất chiến lược mua hàng: Đề xuất và thuyết phục BGD về chiến lược mua hàng chi tiết, nhấn mạnh ảnh hưởng tích cực của nó đối với chi phí và hiệu suất của DN
 - ⊙ Báo cáo kết quả: Liên tục cập nhật BGD về kết quả của chiến lược mua hàng, nhấn mạnh sự tối ưu hóa và hiệu suất mua hàng
- 2. Phòng ban khác:** hình ảnh về một PM có chuyên môn cao, hỗ trợ và hợp tác chặt chẽ với các phòng ban khác
 - ⊙ Giao tiếp hiệu quả: Tổ chức cuộc họp và giao tiếp với các phòng ban khác để hiểu rõ nhu cầu và đảm bảo rằng chiến lược mua hàng phản ánh đúng nhu cầu của DN
 - ⊙ Hợp tác chặt chẽ: Hợp tác với các phòng ban khác để tối ưu hóa quy trình làm việc và đạt được sự hiệu quả cao trong mua hàng



PM – Ms. Quyên

CHÂN DUNG KHÁCH HÀNG MỤC TIÊU

Công việc / Trách nhiệm

Social Jobs: PM mong muốn xây dựng hình ảnh trước các stakeholders

3. **Nhà cung cấp:** hình ảnh về một PM thái độ hợp tác tích cực và chuyên nghiệp
 - ⊙ Xây dựng mối quan hệ đối tác: Tạo và duy trì mối quan hệ đối tác tích cực với NCC, chú trọng đến quan hệ có lợi cho cả hai bên
 - ⊙ Đàm phán hợp đồng công bằng: Đảm bảo rằng các thỏa thuận và hợp đồng được đàm phán công bằng, tạo điều kiện thuận lợi cho cả hai bên
4. **Nhân viên:** hình ảnh về một PM tận tâm, tạo điều kiện và hỗ trợ hết mình cho NV
 - ⊙ Đào tạo và phát triển: Đào tạo, hướng dẫn nâng cao chuyên môn của nhân viên trong bộ phận mua hàng, tạo ra một đội ngũ mạnh mẽ
 - ⊙ Tạo điều kiện làm việc tích cực: Tạo ra một môi trường làm việc tích cực và hỗ trợ nhân viên để họ có thể hoàn thành công việc của mình một cách hiệu quả
5. **Xã hội:** hình ảnh về một PM có tâm và xây dựng hình ảnh uy tín cho DN
 - ⊙ Tham gia cộng đồng: Tham gia vào các hoạt động xã hội và các sự kiện cộng đồng để xây dựng hình ảnh tích cực của doanh nghiệp trong cộng đồng
 - ⊙ Quan tâm môi trường: Chú trọng vào quy trình mua hàng bền vững và thân thiện với môi trường để đáp ứng mong muốn của cộng đồng xã hội



PM – Ms. Quyên

CHÂN DUNG KHÁCH HÀNG MỤC TIÊU

Công việc / Trách nhiệm

Emotional Jobs:

- ⊙ **Áp lực tối ưu chi phí mua hàng:** Có thể tạo cảm giác cần đảm bảo lợi nhuận cho DN, tăng cường hình ảnh của Purchasing Manager là người quản lý hiệu quả
- ⊙ **Áp lực năng cao hiệu suất:** Đạt được hiệu suất cao trong mua hàng có thể mang lại sự hài lòng và được đánh giá cao từ các bên liên quan, tăng cường sự tự tin và yên tâm cho Purchasing Manager
- ⊙ **Áp lực bảo mật và rủi ro:** Sự lo lắng về mất dữ liệu và sự cố bảo mật có thể ảnh hưởng đến hoạt động kinh doanh của DN
- ⊙ **Áp lực thời gian và hiệu suất:** Cảm giác áp lực về việc mua hàng đáp ứng nhu cầu kinh doanh thay đổi nhanh chóng trong thời gian hạn chế
- ⊙ **Nhu cầu thể hiện giá trị bản thân:** Thấy tự hào, giá trị khi tăng hiệu quả mua hàng cho DN

Supporting Jobs (theo hướng mua phần mềm):

- ⊙ **Là người mua hàng giá trị:** Thực hiện quá trình đàm phán với các NCC phần mềm, đảm bảo rằng giá trị nhận được từ phần mềm đúng với chi phí đầu tư và hiệu quả cho DN
- ⊙ Tham gia vào chia sẻ kinh nghiệm, kiến thức trong quá trình đào tạo nhân viên sử dụng phần mềm
- ⊙ Đọc báo cáo, số liệu để đưa ra quyết định cải tiến chiến lược mua hàng



PM – Ms. Quyên

CHÂN DUNG KHÁCH HÀNG MỤC TIÊU

Goals

Primary goals

1. Đảm bảo hàng hóa được cung cấp đúng, đủ, kịp thời với chất lượng tốt nhất và giá cả tối ưu nhất
2. Tối ưu hóa chi phí mua hàng
3. Xây dựng, duy trì mối quan hệ với các NCC để đảm bảo sự ổn định và tin cậy trong cung cấp hàng hóa và dịch vụ

Secondary goals:

2. Tối ưu hóa quy trình mua hàng và cải thiện hiệu suất hoạt động của bộ phận mua hàng
3. Đảm bảo tuân thủ các quy định pháp luật và chính sách của công ty trong quá trình mua hàng
2. Phát triển các chiến lược cung ứng dự phòng để đối phó với các rủi ro tiềm ẩn như biến động giá cả hoặc sự gián đoạn trong chuỗi cung ứng



PM – Ms. Quyên

CHÂN DUNG KHÁCH HÀNG MỤC TIÊU

Challenges

1. Đàm phán giá và đảm bảo giá cả cạnh tranh, hợp lý
2. Quản lý và duy trì mối quan hệ với các NCC
3. Đối phó với biến động giá cả và rủi ro trong chuỗi cung ứng
4. Tìm kiếm và chọn lựa NCC đáng tin cậy và có chất lượng
5. Đảm bảo sự tuân thủ các quy định pháp luật và chính sách của công ty trong quá trình mua hàng
6. Quản lý và tối ưu hóa chi phí mua hàng một cách hiệu quả
7. Tích hợp và sử dụng công nghệ mới thay cho quy trình làm thủ công



PM – Ms. Quyên

CHÂN DUNG KHÁCH HÀNG MỤC TIÊU

Challenges - ATALINK related

1. Khó lựa chọn giải pháp quản lý mua hàng phù hợp
2. Chưa lượng hóa được giá trị, lợi ích khi triển khai giải pháp quản lý mua hàng
3. Thách thức trong việc thay đổi sơ đồ tổ chức, quy trình, cải tiến các nghiệp vụ để vận hành hoạt động kinh doanh trên giải pháp mới
4. Thách thức trong việc thay đổi thói quen làm việc của đội ngũ
5. Thách thức về chi phí và nhân lực triển khai
6. Hỗ trợ và đào tạo đội ngũ có thể sử dụng được hiệu quả phần mềm
7. Thách thức về tích hợp các hệ thống đang có để đồng nhất dữ liệu
8. Lo ngại về vấn đề bảo mật thông tin kinh doanh



PM – Ms. Quyên

CHÂN DUNG KHÁCH HÀNG MỤC TIÊU

Real quotes

1. Chị đang bận, chưa quan tâm đến vấn đề này. Chị đang ổn, không có nhu cầu. Chị không có thời gian
2. Chị đang tìm kiếm giải pháp để nâng **cao hiệu suất mua hàng, giảm chi phí và tối ưu hóa** quy trình
3. Bên em đã triển khai đơn vị nào giống bên chị chưa, gửi thông tin chị tham khảo
4. Bên em có tính **mở rộng, phát triển** thêm được không?
5. Bên em có hệ thống **báo cáo, thống kê về mua hàng** đầy đủ không?
6. Atalink tích hợp được với phần mềm kế toán bên chị đang dùng không?
7. Kế hoạch triển khai thế nào, triển khai trong bao lâu? Cần những ai tham gia?
8. Em có **demo hay trial** không em? Chị muốn dùng thử



PM – Ms. Quyên

CHÂN DUNG KHÁCH HÀNG MỤC TIÊU

Common Objections

1. Rào cản chung (ngại thay đổi)

- ⊙ Bảo mật
- ⊙ Cách làm hiện hành (phần mềm, Excel, giấy tờ) đủ đáp ứng rồi
- ⊙ Công ty đang cân nhắc nhiều khoản đầu tư khác [như ERP]
- ⊙ Chưa thấy đủ giá trị để thay đổi so với giải pháp đang có

2. Chưa tin tưởng giải pháp Atalink

- ⊙ Chưa tin tưởng thương hiệu của giải pháp Atalink
- ⊙ Chưa đủ bộ công cụ [Demand Planning, QL SX, tính giá thành, giá vốn ...]
- ⊙ Atalink chưa triển khai cho KH nào thành công
→ làm sao chắc được hiệu quả
- ⊙ Atalink chưa triển khai cho KH nào ngành này làm sao chắc được hiệu quả
- ⊙ Đội ngũ triển khai có ổn định không, năng lực triển khai đủ đảm bảo không

3. Giá cao quá



PM – Ms. Quyên

MARKETING MESSAGING

Giải pháp quản lý mua hàng hợp nhất (One-stop shopping. Total solution provider)

- ⊙ **Tối ưu hóa quy trình mua hàng, tương tác xuyên suốt với NCC theo thời gian thực** đảm bảo quá trình mua hàng của DN diễn ra mượt mà, nhanh chóng, đơn giản & hiệu quả
- ⊙ Đa dạng các NCC để đánh giá & lựa chọn giúp tối ưu chi phí mua hàng
- ⊙ Ứng dụng công nghệ để tối ưu nguồn nhân lực, nâng cao nghiệp vụ cho đội ngũ mua hàng, giúp tăng hiệu suất mua hàng
- ⊙ Chủ động trong kế hoạch cung cấp hàng hóa đúng – đủ - kịp thời cho hoạt động kinh doanh của công ty; đảm bảo sự ổn định & bền vững cho chuỗi cung ứng của DN



PM – Ms. Quyên

PRODUCT CONCEPT

Product concept 1: Tối ưu hóa chi phí và hiệu suất mua hàng

Trong môi trường kinh doanh đầy biến động, **tối ưu hóa chi phí** liên quan trực tiếp đến việc tồn tại & phát triển của DN. Để tối ưu hóa chi phí mua hàng, DN cần có quy trình mua hàng phù hợp, nâng cao năng lực đội ngũ mua hàng & tương tác hiệu quả với NCC theo thời gian thực.

Sử dụng Atalink, DN có ngay giải pháp quản lý mua hàng tối ưu - từ khâu tìm kiếm, so sánh, lựa chọn sản phẩm và NCC cho đến quá trình xử lý đơn hàng, kiểm soát tồn kho, thanh toán và công nợ; ngoài ra hệ thống còn hỗ trợ theo dõi lịch sử trao đổi, thương lượng, tương tác với NCC trên cùng 1 nền tảng, giúp thông tin được cập nhật xuyên suốt giữa các phòng ban, bộ phận và với các NCC, hỗ trợ đội ngũ **nâng cao năng lực và hiệu suất mua hàng**.

Với Atalink, DN chủ động sử dụng công nghệ số để tối ưu hóa chi phí và hiệu suất mua hàng.



PM – Ms. Quyên

PRODUCT CONCEPT

Product concept 2: Xây dựng mối quan hệ chất lượng và ổn định với các NCC

Việc quản trị mối quan hệ với các NCC hiệu quả mang lại nhiều lợi ích cho hoạt động mua hàng nói riêng và sự phát triển bền vững của DN nói chung. Để xây dựng mối quan hệ chất lượng & ổn định với NCC, DN cần có giải pháp mua hàng phù hợp, giúp nâng cao năng lực đội ngũ & tương tác hiệu quả với các NCC theo thời gian thực.

Sử dụng Atalink, DN có ngay giải pháp quản lý mua hàng tối ưu - từ khâu tìm kiếm, so sánh, lựa chọn sản phẩm và NCC cho đến quá trình xử lý đơn hàng, kiểm soát tồn kho, thanh toán và công nợ; ngoài ra hệ thống còn hỗ trợ theo dõi lịch sử trao đổi, thương lượng, tương tác với NCC trên cùng 1 nền tảng, giúp thông tin được cập nhật xuyên suốt giữa các phòng ban, bộ phận và với NCC, hỗ trợ đội ngũ nâng cao năng lực mua hàng.

Với Atalink, DN chủ động sử dụng công nghệ số để **xây dựng mối quan hệ chất lượng và ổn định với NCC.**



Giải pháp quản trị chuỗi cung ứng hợp nhất

Tương tác trong – ngoài Doanh nghiệp chỉ cần 1 nền tảng

Tải ứng dụng trên điện thoại



Liên hệ



www.atalink.com



1800 555 540



contact@atalink.vn



Tầng 3, Tòa nhà QTSC 1, Lô 34, Đường số 14, Công viên phần mềm Quang Trung,
Phường Tân Chánh Hiệp, Quận 12, Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam