



Chương trình đào tạo

GIÁM ĐỐC KÊNH PHÂN PHỐI

chuyên nghiệp



LỜI GIỚI THIỆU

Trong một thị trường ngày càng cạnh tranh khốc liệt, sản phẩm tốt chưa đủ để tạo nên thành công. Doanh nghiệp chỉ thực sự chiến thắng khi đưa đúng sản phẩm đến đúng khách hàng, đúng thời điểm và với chi phí tối ưu nhất.

Đó chính là vai trò chiến lược của hệ thống kênh phân phối.

Ngày nay, sự thay đổi nhanh chóng của công nghệ, hành vi khách hàng và các mô hình kinh doanh mới đang buộc doanh nghiệp phải tái cấu trúc toàn bộ chiến lược tiếp cận thị trường. Những kênh bán hàng truyền thống không còn là lựa chọn duy nhất. Bên cạnh nhà phân phối, đại lý và cửa hàng, các doanh nghiệp còn phải làm chủ các kênh hiện đại như online, telesales, thương mại điện tử, đối tác liên kết và hệ sinh thái số.

Trong bối cảnh đó, nhu cầu về những nhà lãnh đạo có khả năng hoạch định, xây dựng và điều hành hệ thống phân phối chuyên nghiệp trở nên cấp thiết hơn bao giờ hết.

Chương trình **DCM – Giám đốc Kênh Phân Phối Chuyên Nghiệp** do PTI nghiên cứu và phát triển cung cấp cho học viên một hệ thống kiến thức toàn diện từ chiến lược kinh doanh, chiến lược tiếp cận thị trường, thiết kế mô hình kênh phân phối, quản trị nhà phân phối và đại lý, xây dựng kênh bán hàng hiện đại, đến quản lý logistics, tồn kho, dòng tiền, công nợ và dẫn dắt sự thay đổi trong tổ chức.

Đặc biệt, học viên sẽ được tiếp cận những mô hình quản trị tiên tiến, những công cụ thực chiến và các phương pháp đã được kiểm chứng trong thực tiễn, giúp doanh nghiệp không chỉ mở rộng thị trường mà còn tối ưu chi phí vận hành, gia tăng lợi nhuận và nâng cao năng lực cạnh tranh.

DCM không đơn thuần là một khóa học về bán hàng hay phân phối. Đây là chương trình đào tạo dành cho những nhà lãnh đạo mong muốn làm chủ thị trường, kiến tạo hệ thống phân phối bền vững và xây dựng lợi thế cạnh tranh dài hạn cho doanh nghiệp trong thời đại kinh doanh đầy biến động.



LỢI ÍCH CỦA KHOÁ HỌC

1. Xây dựng được chiến lược tiếp cận thị trường phù hợp với chiến lược kinh doanh, mô hình kinh doanh từ sản phẩm và dịch vụ của doanh nghiệp.
2. Đánh giá được hiệu quả của hệ thống kênh phân phối hiện tại của doanh nghiệp. Đưa ra được giải pháp nâng cao hiệu quả hệ thống kênh phân phối hiện tại.
3. Xây dựng được kênh phân phối mới phù hợp với thị trường giai đoạn 4.0. Hệ thống kênh phân phối mới tiếp cận được thị trường mới, nhóm khách hàng mục tiêu mới.
4. Kết hợp với hệ thống kênh của doanh nghiệp, thực hiện chiến lược giữ chân khách hàng trung thành – quản trị được các mối quan hệ với khách hàng lớn.
5. Nâng cao khả năng đàm phán, lựa chọn, đánh giá hệ thống kênh phân phối truyền thống.
6. Triển khai được hệ thống kênh phân phối hiện đại – kênh telesales, kênh online. Triển khai việc quản lý thông tin, xúc tiến và hậu cần có hiệu quả.
7. Thiết lập được tồn kho tối ưu, phương án vận chuyển hàng hoá hiệu quả. Giảm chi phí vận hành kênh.
8. Quản lý được dòng tiền, công nợ và đàm phán thu nợ hiệu quả.

ĐỐI TƯỢNG THAM DỰ

1. Giám đốc kênh của doanh nghiệp, đây là đối tượng phù hợp nhất.
2. CEO – chủ doanh nghiệp nhỏ – trực tiếp phụ trách kênh – chiến lược tiếp cận thị trường.
3. Giám đốc Kinh doanh – thường là phụ trách kênh – chiến lược tiếp cận thị trường.
4. Giám đốc Marketing – thường là phụ trách kênh – chiến lược tiếp cận thị trường.
5. Trưởng phòng kinh doanh.



NỘI DUNG CHƯƠNG TRÌNH

STT	Học phần	Nội dung chi tiết
1	Chiến lược kinh doanh & chiến lược tiếp cận thị trường của doanh nghiệp (Bạn đã có chiến lược chưa)	3 câu hỏi kinh điển: Cái gì, Bao nhiêu, Cho ai 3 Chiến lược cạnh tranh của Michael Porter - Phân tích 5 lực lượng tác động tới doanh nghiệp
2	Mô hình kinh doanh và chiến lược tiếp cận thị trường (Công thức tạo ra thị trường)	- Các yếu tố mô hình kinh doanh: mô hình và áp dụng - Chiến lược đại dương xanh? Bạn chọn đỏ hay xanh? 3 yếu tố cốt lõi trong chiến lược tiếp cận thị trường.
3	Nâng cao hiệu quả kênh tiếp cận thị trường hiện tại (Đánh giá và giải pháp)	3 vai trò của kênh – tiếp cận thị trường 8 chức năng của kênh – Mô hình và áp dụng - Thực hành đánh giá kênh tiếp cận thị trường hiện tại
4	Chiến lược giữ chân thị trường hiện tại - khách hàng hiện hữu (Thị trường hiện tại của bạn)	- Xây dựng cơ sở dữ liệu: Data, Data và Data 6 bước triển khai CRM phân tích - CRM tương tác - xây dựng mối quan hệ khách hàng
5	Xây dựng kênh tiếp cận thị trường mới - tiếp cận khách hàng mới (Thị trường tương lai của bạn)	4 bước xây dựng kênh tiếp cận thị trường - Phương pháp xác định khách hàng mục tiêu - Xây dựng kênh cho doanh nghiệp bạn
6	Kênh truyền thông: quản lý và phát triển (Cánh tay nối dài của bạn)	- Kênh nhà phân phối, đại lý, cửa hàng - Đàm phán, lựa chọn thành viên trong kênh - Đào tạo, đánh giá thành viên kênh và xung đột kênh
7	Kênh hiện đại của doanh nghiệp: xây dựng và cải tiến (Kênh của bạn thời 4.0)	- Kênh online, telesales, hợp tác, môi giới... - Logistic – hậu cần, Thông tin – info và xúc tiến – promo - Giải pháp để nâng cao hiệu quả kênh – giảm chi phí
8	Quản lý hàng hoá trong chiến lược tiếp cận thị trường (Logistics của bạn và kênh)	- Thiết lập tồn kho tối ưu: Công thức ICO - Xuất – Nhập – Tồn: Chất lượng hàng hoá trong kênh - Phương pháp giao hàng – lắp đặt – dịch vụ

GIẢNG VIÊN

TS. Đào Xuân Khương

Quá trình học tập

- Tiến sỹ về Bán lẻ hiện đại
- Nghiên cứu bán lẻ tại Đức
- Nghiên cứu Marketing tại Mỹ
- Thạc sỹ quản trị kinh doanh

Kinh nghiệm điều hành doanh nghiệp

- Chủ tịch Công ty KCP Việt Nam
- Giám đốc Điều hành – Công ty Thời trang Kowil
- Giám đốc Điều hành – Công ty MeLinh Plaza
- Giám đốc Kinh doanh – Tập đoàn Phú Thái
- Giám đốc bán hàng khu vực – Công ty P&G VN



Ông là tác giả các cuốn sách



THÔNG TIN KHÓA HỌC

- Thời lượng:
- Khai giảng:
- Lịch học:
- Học phí:
- Học phí ưu đãi: