

TS. Đào Xuân Khuơng

mô hình  
**PHÂN PHỐI**  
và  
**BÁN LẺ?**



Giải pháp nào  
cho doanh nghiệp Việt Nam

*(Tái bản có bổ sung và cập nhật)*



TS. Đào Xuân Khương

MỤC LỤC

mô hình

# PHÂN PHỐI

và

# BÁN LẺ?



Giải pháp nào  
cho doanh nghiệp Việt Nam

Tái bản lần 8

# MỤC LỤC

|  |    |
|--|----|
| Lời khen tặng dành cho cuốn sách             | 7  |
| Lời tựa cho lần tái bản có bổ sung, cập nhật | 9  |
| Lời giới thiệu                               | 13 |

## **PHẦN I: DOANH NGHIỆP BÁN LẺ - PHÂN PHỐI VÀ KHÁCH HÀNG**

|  |    |
|--|----|
| Siêu thị và cửa hàng bán lẻ - đợi khách hàng đến hay tìm đến khách hàng          | 19 |
| Giữ chân khách hàng cũ với cửa hiệu bán lẻ - giá trị vòng đời của một khách hàng | 26 |
| Trải nghiệm mua sắm của người tiêu dùng trong cửa hàng, siêu thị bán lẻ          | 34 |
| Sự kết nối cảm xúc giữa siêu thị, cửa hàng bán lẻ với người tiêu dùng            | 40 |
| Marketing trải nghiệm trong bán lẻ dịch vụ: Dễ hay khó?                          | 45 |
| Doanh nghiệp bán lẻ cần làm gì để giúp khách hàng có trải nghiệm tốt hơn?        | 53 |
| Bán lẻ Hà Nội: Nhà bán lẻ và người tiêu dùng                                     | 62 |

## **PHẦN II : MÔ HÌNH QUẢN TRỊ BÁN LẺ HIỆU QUẢ**

|   |    |
|---|----|
| Bốn cấp độ quản trị cửa hàng bán lẻ   | 69 |
| Quản trị cửa hàng bán lẻ - con người hay hệ thống   | 75 |
| Chỉ số đánh giá hiệu quả cửa hàng bán lẻ - căn cứ cho thấy cửa hàng bán lẻ hoạt động hiệu quả hay không | 83 |

|   |     |
|---|-----|
| Công thức bán lẻ thành công $Y = ax + by + cz$          | 91  |
| Chống thất thoát - chiến lược hay chiến thuật           | 99  |
| Địa điểm trong bán lẻ - thuê hay mua?                   | 106 |
| Dịch vụ bán lẻ - chuyên nghiệp hay thân thiện           | 113 |
| Điểm khác biệt của cửa hàng bán lẻ - nhân viên bán hàng | 120 |
| Từ khóa là "chuỗi"!                                     | 127 |
| Cửa hàng bán lẻ truyền thống - quản trị hiện đại        | 133 |
| Hướng đi nào cho các cửa hàng bán lẻ truyền thống?      | 140 |

### **PHẦN III: MÔ HÌNH KÊNH PHÂN PHỐI HIỆU QUẢ**

|  |     |
|--|-----|
| Kênh phân phối của doanh nghiệp vừa và nhỏ                                 | 149 |
| Kênh phân phối của các doanh nghiệp vừa và nhỏ -<br>Thách thức và khó khăn | 155 |
| Xây dựng kênh phân phối cho doanh nghiệp nhỏ hiệu quả<br>và chuyên nghiệp  | 159 |
| Thiết kế kênh phân phối  |     |
| Mô hình nào phù hợp với doanh nghiệp Việt Nam                              | 167 |
| Thiết kế kênh phân phối - Dễ hay khó?                                      | 178 |
| Lựa chọn nhà phân phối - Năng lực hay động lực?                            | 187 |
| Đàm phán lựa chọn nhà phân phối - Ai làm và làm như thế nào?               | 195 |
| Đào tạo và động viên các thành viên trong kênh phân phối                   | 203 |
| Bài toán mâu thuẫn kênh phân phối - Giải hay không giải                    | 209 |
| Lời cảm ơn   | 215 |
| Về tác giả   | 217 |

## ***Lời khen tặng dành cho cuốn sách***

Cuốn sách *Mô hình phân phối và bán lẻ – Giải pháp nào cho doanh nghiệp Việt Nam* được viết từ kinh nghiệm phong phú của một người từng trải qua vị trí quản lý bán hàng tại nhiều tập đoàn lớn trong và ngoài nước. Cuốn sách được trình bày khoa học, dễ hiểu, lối phân tích sắc sảo cùng những dẫn chứng sinh động, thực sự đã truyền cảm hứng cho người đọc, đặc biệt là các doanh nghiệp bán lẻ đang tìm kiếm và định vị chiến lược. Chắc chắn đây là một cẩm nang hữu ích dành cho mọi doanh nghiệp bán lẻ, dù là những tên tuổi nổi danh hay những gương mặt mới đặt chân vào lĩnh vực này.”

**– Trần Hoài Linh**

*Trưởng nhóm nội dung,  
Trung tâm Quảng cáo và Dịch vụ Truyền hình,  
Đài Truyền hình Việt Nam*

“Đây là một trong những cuốn sách thú vị và có giá trị nhất với các doanh nghiệp phân phối và bán lẻ, kể cả các chủ cửa hàng tạp hóa ở Việt Nam. Những điều viết trong cuốn sách được cô đọng từ những mô hình