



ĐƠN GIẢN LÀ KHÁC BIỆT

## Chương 10

# Kế hoạch Marketing

### Tổ chức – Thực hiện – Kiểm soát

[www.dinh tien minh.net](http://www.dinh tien minh.net)

Th.S Đinh Tiên Minh  
 Trường ĐHKTPHCM  
 Khoa Thương Mại – Du Lịch – Marketing

## Mục lục

10.1. Kế hoạch Marketing





10.2. Thực hiện kế hoạch Marketing

10.3. Kiểm tra kế hoạch Marketing



ĐƠN GIẢN LÀ KHÁC BIỆT

## **1. Kế hoạch Marketing**

-  Tổng quan thị trường
-  Phân tích SWOT
-  Thị trường mục tiêu
-  Mục tiêu cần đạt được
-  Thiết kế Marketing mix
-  Kế hoạch hành động/ Ngân sách



Th.S Đinh Tiên Minh

3

## **2. Thực hiện kế hoạch Marketing**

- ⇒ Thực hiện chương trình Marketing đã được đề ra.
- ⇒ Thiết kế tổ chức hoạt động Marketing.



Th.S Đinh

4

## 2. Thực hiện kế hoạch Marketing (tt)

### Nguyên tắc tổ chức hoạt động Marketing

- ⇒ Xác định rõ ràng chức năng và nhiệm vụ của phòng Marketing trong doanh nghiệp.
- ⇒ Phối hợp hoạt động một cách có hiệu quả giữa phòng Marketing và các phòng khác.
- ⇒ Phối hợp hoạt động một cách có hiệu quả giữa các bộ phận trong phòng Marketing.
- ⇒ Mỗi thành viên trong tổ chức phải biết rõ nhiệm vụ của mình và mình phải báo cáo công việc cho ai.
- ⇒ Đảm bảo khả năng kiểm soát đánh giá công việc của thành viên lãnh đạo đối với các nhân viên phụ thuộc.



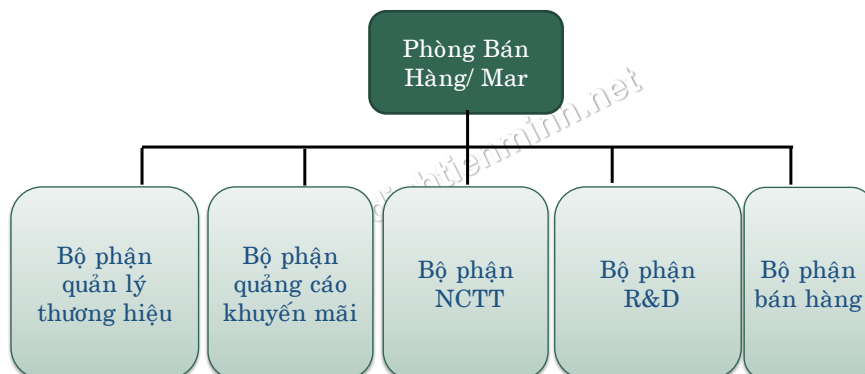
Th.S Đinh Tiên Minh

5

## 2. Thực hiện kế hoạch Marketing (tt)

### Các mô hình phòng Marketing:

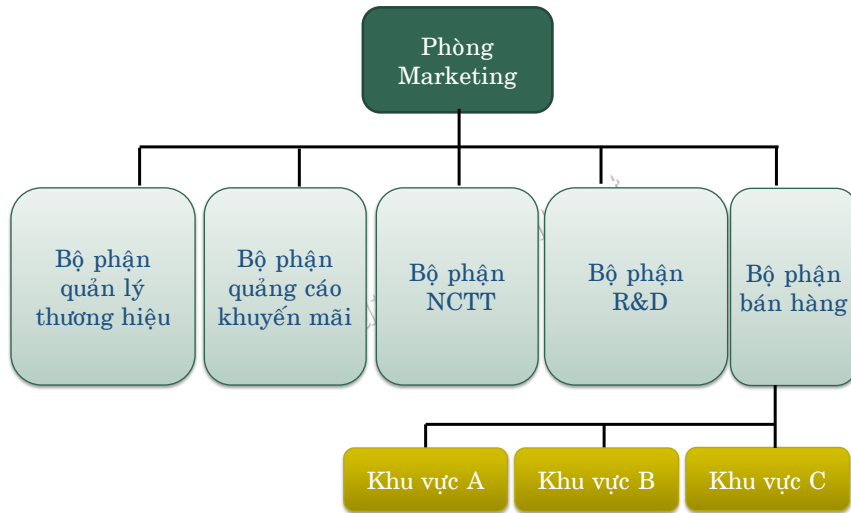
- ⇒ Tổ chức theo chức năng



Th.S Đinh Tiên Minh

6

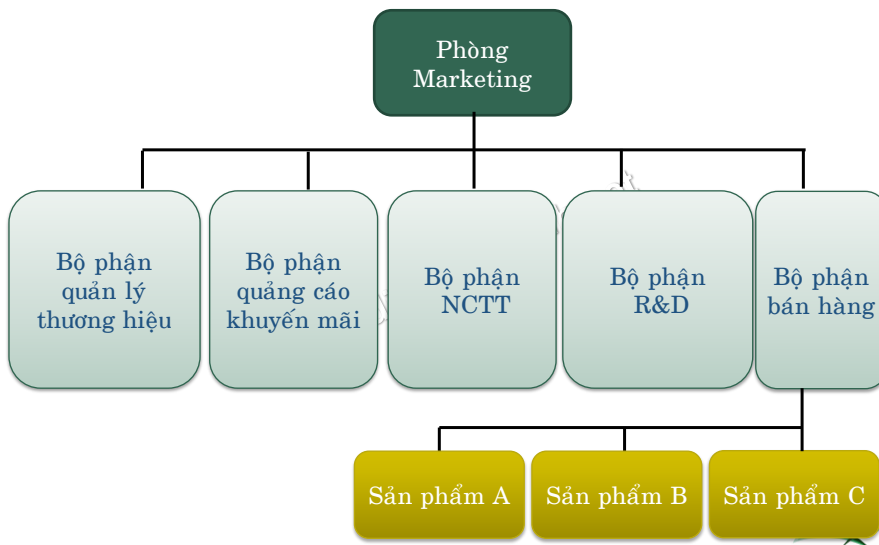
## ⇒ Tổ chức theo địa lý



Th.S Đinh Tiên Minh

7

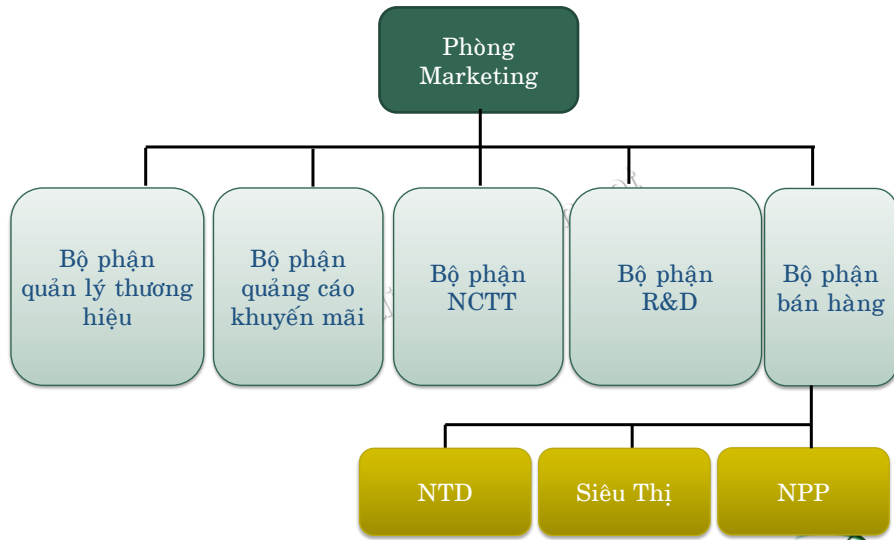
## ⇒ Tổ chức theo sản phẩm/ nhãn hiệu



Th.S Đinh Tiên Minh

8

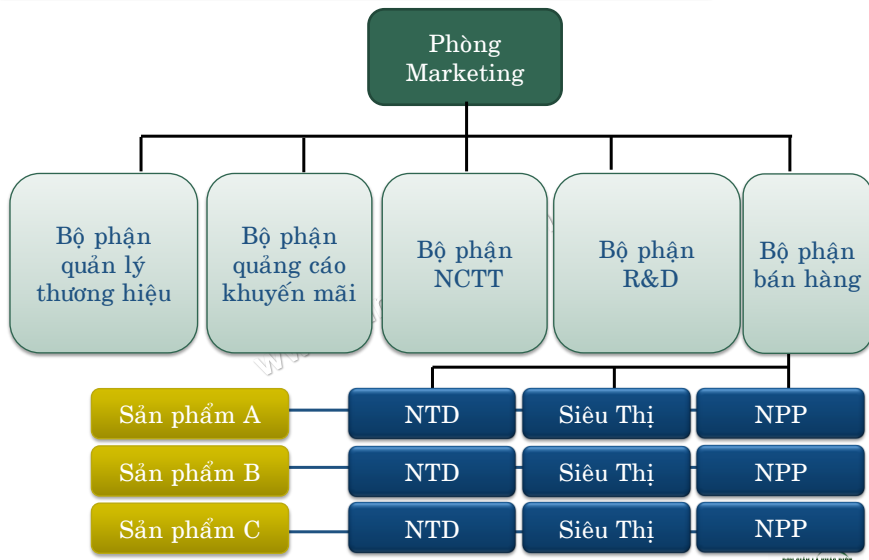
## ⇒ Tổ chức theo thị trường/ khách hàng



Th.S Đinh Tiên Minh

9

## ⇒ Tổ chức theo ma trận



Th.S Đinh Tiên Minh

10

### **3. Kiểm tra kế hoạch Marketing**

#### **❖ Kiểm tra kế hoạch hàng năm:**

⇒ Phân tích doanh thu:

- Bao gồm việc đo lường và đánh giá doanh thu thực tế đạt được so với mục tiêu kinh doanh đã đề ra.
- Phân tích biến thiên doanh thu đo lường mức độ của các yếu tố tạo nên sự chênh lệch giữa doanh thu thực tế và doanh thu kế hoạch.



Th.S Đinh Tiên Minh

11

### **Minh họa**

Kế hoạch = 4.000 sf x 1 USD

Thực tế = 3.000 sf x 0,8 USD

Chênh lệch = 4.000 - 2.400 = 1.600 USD

Trong đó:

Q (4.000 - 3.000) x 1 = 1.000 USD (62,5% trên 1.600)

P (1-0,8) x 3.000 = 600 USD (37.5% trên 1.600)

Gần 2/3 khoảng chênh lệch là do không đạt Q.

Tại sao?



Th.S Đinh Tiên Minh

12

- ⇒ Phân tích thị phần.
- ⇒ Phân tích chi phí Marketing so với doanh thu.
- ⇒ Phân tích tài chính.
- Theo dõi sự thỏa mãn của khách hàng.
- ...



Th.S Đinh Tiên Minh

13

- ❖ Kiểm tra khả năng lợi nhuận
- ❖ Kiểm tra tính hiệu quả: Phân tích hiệu quả của các hoạt động quảng cáo, khuyến mãi, phân phối, lực lượng bán hàng để điều chỉnh kịp thời.



Th.S Đinh Tiên Minh

14



# Cám ơn !

[www.dinhvienminh.net](http://www.dinhvienminh.net)