CHƯƠNG TRÌNH GIÁM SÁT BÁN HÀNG TẬP SỰ
WIPRO UNZA VIỆT NAM

A. GIỚI THIỆU CÔNG TY

Wipro Unza, trực thuộc ngành hàng Tiêu dùng & Hệ thống chiếu sáng Wipro của Tập đoàn Wipro Enterprise, là công ty chuyên sản xuất và kinh doanh các sản phẩm chăm sóc cá nhận hàng đầu. Wipro Unza có mặt tại Việt Nam từ năm 1996, với những thương hiệu nổi tiếng như Enchanteur, Romano, Izzi, Eversoft,… và là công ty lớn thứ 3 về ngành hàng sản phẩm chăm sóc cá nhân. Tầm nhìn của chúng tôi là trở thành một công ty hàng tiêu dùng quốc tế hàng đầu nơi con người được đầu tư phát triển hết tiềm năng thông qua quá trình sáng tạo ra những nhãn hàng mang lại niềm hứng khởi cho cuộc sống người tiêu dùng.

B. GIỚI THIỆU CHƯƠNG TRÌNH

I/ Mục tiêu chương trình

Xây dựng đội ngũ giám sát bán hàng giám sát hoạt động của đội ngũ nhân viên bán hàng & tham gia phát triển kênh bán hàng Truyền Thống & Siêu Thị

II/ Yêu cầu tuyển dụng

1. Tốt nghiệp Đại Học năm 2013 và 2014 (đi làm vào tháng 8/2014)
2. Đam mê công việc giám sát bán hàng,
3. Năng động, chịu khó, chấp nhận thử thách và chính trực
4. Chấp nhận điều động đi các vùng trên lãnh thổ Việt Nam trong và sau quá trình đào tạo
5. Khả năng giao tiếp tiếng Anh là lợi thế

III/ Yêu cầu hồ sơ

1. Sơ yếu lý lịch (CV tiếng Việt hoặc tiếng Anh) có dán ảnh
2. Bảng điểm đại học/bằng tốt nghiệp
3. Ghi rõ kênh bán hàng tham gia tuyển dụng (Truyền thông hoặc Siêu thị)

   Lưu ý: bộ phận Tuyển dụng sẽ thông báo chính thức đến ứng viên được chọn kênh bán hàng phù hợp dựa theo nguyện vọng và năng lực của ứng viên.

IV/ Quy trình tuyển dụng

1. Tiếp nhận và sàng lọc hồ sơ	**Hạn cuối: 20/06/2014**
2. Những hồ sơ đạt yêu cầu sẽ tham gia IQ test và phỏng vấn lần 1	**29/06/2014**
3. Đi thực tế thị trường 01 ngày	**12/07/2014**
4. Phỏng vấn với Hội đồng xét tuyển	**19/07/2014**
5. Bắt đầu làm việc	**28/07/2014**

C. GIỚI THIỆU KÊNH BÁN HÀNG

I/ Kênh truyền thông

1. *Khách hàng Kênh truyền thông:*
   - Nhà phân phối
   - Cửa hàng tạp hóa
   - Người tiêu dùng

2. *Vai trò giám sát bán hàng Kênh truyền thông*

- Vai trò: Giám sát bán hàng là người đại diện Wipro Unza Việt Nam dẫn dắt đội nhóm bán hàng thực hiện xuất sắc các kế hoạch kinh doanh của công ty thông qua các nguồn lực có hạn để đạt sự hiện diện vượt trội sản phẩm của Wipro Unza Việt Nam trên thị trường được giao.
- Trách nhiệm:
  - Phát triển kinh doanh

+ Phát triển doanh số trong khu vực vững chắc và bền vững dựa trên sự phát triển thị phần và các yếu tố nền tảng như: bao phủ, phân phối, trưng bày… thông qua sự hiện diện sản phẩm vượt trội trên thị trường.

+ Xây dựng thiện chí, hình ảnh với khách hàng về sản phẩm và công ty Wipro Unza Việt Nam.

+ Thực hiện các báo cáo định kỳ hàng ngày, hàng tuần và hàng tháng, cập nhật và phản hồi thông tin thị trường và đối thủ.

- Xây dựng tổ chức

+ Tự phát triển bản thân.

+ Động viên tinh thần, khích lệ sự đóng góp nhiệt tình của toàn bộ tổ chức vào mục tiêu chung.

+ Tuyển dụng, huấn luyện, quản lý và phát triển nhân viên của mình.

- Xây dựng các mối quan hệ bền chặt với:

+ Khách hàng, đối tác.

+ Nhân viên bán hàng, trưng bày, giao nhận…

+ Các phòng ban, bộ phận khác.

3. *Chương trình Huấn luyện Kênh truyền thông*

- **Giai Đoạn 1 – 3 tháng**
  - Thực hiện vai trò nhân viên bán hàng với chỉ tiêu thực
  - Hưởng chế độ lương bổng + phúc lợi + trợ cấp của cấp giám sát
- **Giai Đoạn 2 - 3 tháng**
  - Thực hiện vai trò giám sát bán hàng
  - Hưởng chế độ lương bổng + phúc lợi + trợ cấp + thưởng doanh số của cấp giám sát + các Khóa huấn luyện bổ trợ xuyên suốt chương trình

II/ Kênh siêu thị

1. *Khách hàng Kênh siêu thị*
   - Trung tâm thu mua
   - Giám đốc siêu thị
   - Giám đốc quầy
   - Trưởng ngành hàng
   - Nhân viên siêu thị
   - Người tiêu dùng

2. *Vai trò giám sát bán hàng kênh siêu thị*

- Vai trò: Giám sát bán hàng Kênh Siêu Thị là người đại diện công ty Wipro Unza dẫn dắt đội nhóm nhân viên bán hàng siêu thị thực hiện các kế hoạch kinh doanh của công ty thông qua các nguồn lực có hạn để đạt tăng trưởng thông qua sự hiện diện vượt trội sản phẩm của Wipro Unza tại các siêu thị được giao.
- Trách nhiệm
  - Phát triển kinh doanh:

+ Phát triển doanh số tại siêu thị vững chắc và bền vững theo các tiêu chí bán vào, bán ra, hình ảnh sản phẩm, trưng bày, hiện diện sản phẩm.

+ Xây dựng thiện chí, hình ảnh với khách hàng và người tiêu dùng về sản phẩm và công ty Wipro Unza.

- Xây dựng tổ chức:

+ Tự phát triển bản thân.

+ Động viên tinh thần, lôi kéo sự đóng góp nhiệt tình của toàn bộ tổ chức vào mục tiêu chung.

+ Tuyển dụng, huấn luyện, quản lý và phát triển nhân viên bán hàng siêu thị dưới quyền.

- Xây dựng mối quan hệ:

+ Với các cấp quản lý liên quan tại siêu thị.

+ Nhân viên hành chính phòng bán hàng, Nhân viên bán hàng siêu thị, bộ phận cung ứng…

+ Các phòng ban, bộ phận khác.

- Cập nhật thông tin và đóng góp ý kiến xây dựng

+ Là nguồn cung cấp thông tin quan trọng cho cấp điều hành, cấp quản lý của các bộ phận để trong quá trình ra quyết định. Các thông tin bao gồm: Thông tin về những thay đổi về ngành hàng, nhân sự; Đánh giá các hoạt động công ty đã và đang triển khai; Cập nhật thông tin về đối thủ cạnh tranh và đề xuất các chương trình phù hợp; Tìm kiếm các cơ hội phát triển ngành hàng của Wipro Unza tại siêu thị.

3. *Chương trình Huấn luyện Kênh siêu thị*

- **Giai đoạn 1 - 3 tháng**
  - Nhân viên bán hàng tại siêu thị
  - Nhân viên bán hàng vào siêu thị
  - Luân chuyển qua các phòng ban liên quan
  - Hưởng chế độ lương bổng + phúc lợi + trợ cấp của cấp giám sát
- **Giai đoạn 2 - 3 tháng**
  - Thực hiện vai trò Giám Sát Bán Hàng vào siêu thị
  - Hưởng chế độ lương bổng + phúc lợi + trợ cấp + thưởng doanh số của cấp giám sát các Khóa huấn luyện bổ trợ xuyên suốt chương trình.