

BỘ XÂY DỰNG
TRƯỜNG CAO ĐẲNG XÂY DỰNG SỐ 1

GIÁO TRÌNH

MÔ ĐUN: NGHIỆP VỤ BÁN HÀNG SIÊU THỊ

NGÀNH/NGHỀ: NGHIỆP VỤ BÁN HÀNG

TRÌNH ĐỘ: TRUNG CẤP

*(Ban hành kèm theo Quyết định số: 368^{DT}/QĐ-CDXD1 ngày 10 tháng 08 năm 2021
của Hiệu trưởng Trường Cao đẳng Xây dựng số 1)*

Hà nội, năm 2021

TUYÊN BỐ BẢN QUYỀN

Tài liệu này thuộc loại sách giáo trình nên các nguồn thông tin có thể được phép dùng nguyên bản hoặc trích dùng cho các mục đích về đào tạo và tham khảo.

Mọi mục đích khác mang tính lệch lạc hoặc sử dụng với mục đích kinh doanh thiếu lành mạnh sẽ bị nghiêm cấm.

TaiLieu.vn

LỜI GIỚI THIỆU

Nghệp vụ bán hàng siêu thị là môn học thuộc khối kiến thức giáo dục chuyên nghiệp, là một trong những môn học chuyên ngành bắt buộc cho học sinh học ngành nghiệp vụ bán hàng.

Đây là môn học khá mới mẻ trong đào tạo hệ Trung cấp. Hiện nay, mặc dù có nhiều tài liệu đề cập đến vấn đề này nhưng một giáo trình hoàn chỉnh phục vụ cho công tác giảng dạy vẫn chưa có. Để đáp ứng yêu cầu giảng dạy, học tập của giáo viên và học sinh hệ Trung cấp ngành Nghiệp vụ bán hàng, Trường Cao đẳng Xây dựng số 1 đã tiến hành nghiên cứu, biên soạn giáo trình “Nghệp vụ bán hàng siêu thị”.

Giáo trình “Nghệp vụ bán hàng siêu thị” do ThS. Bùi Thùy Linh – Giảng viên Khoa Kế toán Tài chính làm chủ biên. Giáo trình là tài liệu giảng dạy, học tập chính của giáo viên và học sinh chuyên ngành Nghiệp vụ bán hàng hệ Trung cấp của Trường Cao đẳng Xây dựng số 1.

Tôi xin chân thành cảm ơn các thầy cô trong Khoa Kế toán tài chính đã đọc và đóng góp nhiều ý kiến quý báu cho nội dung giáo trình này.

Trong quá trình biên soạn giáo trình không thể tránh khỏi những thiếu sót, tôi mong nhận được sự đóng góp của người đọc và đồng nghiệp để lần xuất bản sau được hoàn hảo hơn.

Hà nội, ngày.....tháng..... năm.....

Ths. Bùi Thùy Linh

MỤC LỤC

BÀI 1: TỔNG QUAN VỀ BÁN HÀNG KÊNH SIÊU THỊ	7
1.1. Tổng quan về siêu thị.....	7
1.1.1. Khái niệm	7
1.1.2. Đặc trưng của siêu thị	8
1.1.3. Các loại hình siêu thị.....	9
1.2. Tổng quan về bán hàng kênh siêu thị	11
1.2.1. Khái niệm	11
1.2.2. Các vị trí bán hàng kênh siêu thị.....	11
1.2.3. Các nghiệp vụ bán hàng kênh siêu thị.....	12
CÂU HỎI ÔN TẬP	14
BÀI 2: NGƯỜI BÁN HÀNG KÊNH SIÊU THỊ	15
2.1. Chân dung người bán hàng siêu thị chuyên nghiệp.....	15
2.1.1. Tổ chất và thái độ.....	15
2.1.2. Ngoại hình và sức khỏe.....	16
2.1.3. Kiến thức	17
2.1.4. Kỹ năng	18
2.2. Một số kỹ năng cơ bản của người bán hàng kênh siêu thị.....	19
2.2.1. Kỹ năng lắng nghe	19
2.2.2. Kỹ năng thuyết phục khách hàng	20
2.2.3. Kỹ năng làm việc nhóm	22
CÂU HỎI ÔN TẬP	24
BÀI 3: CÁC NGHIỆP VỤ CƠ BẢN CỦA BÁN HÀNG KÊNH SIÊU THỊ	26
3.1. Nghiệp vụ trưng bày hàng hóa trong siêu thị.....	26
3.1.1. Khái niệm, ý nghĩa, nguyên tắc.....	26
3.1.2. Các nghiệp vụ.....	29
3.2. Nghiệp vụ luân chuyển hàng hóa trong siêu thị	36
3.2.1. Khái niệm, ý nghĩa	36
3.2.2. Các nghiệp vụ.....	37
3.3. Nghiệp vụ kiểm kê hàng hóa trong siêu thị	42
3.3.1. Khái niệm, ý nghĩa	42

3.3.2. Các hình thức	42
3.4. Các nghiệp vụ khác.....	44
3.4.1. Kiểm tra hạn sử dụng của hàng hóa	45
3.4.2. Kiểm tra tem giá hàng hóa	47
3.4.3. Kiểm tra chất lượng hàng tươi sống.....	47
CÂU HỎI ÔN TẬP	49
TÀI LIỆU THAM KHẢO	50

TaiLieu.vn

GIÁO TRÌNH MÔN HỌC/MÔ ĐUN

Tên môn học: NGHIỆP VỤ BÁN HÀNG SIÊU THỊ

Mã môn học: MD 19

Vị trí, tính chất của môn học

- Vị trí: Mô đun được bố trí ở học kỳ thứ 2, sau khi người học các môn học cơ sở ngành.

- Tính chất: Là mô đun chuyên ngành bắt buộc.

Mục tiêu môn học

- Về kiến thức:

+ Trình bày được các vấn đề cơ bản về siêu thị và bán hàng kênh siêu thị: Khái niệm, đặc trưng và các loại hình siêu thị; các vị trí bán hàng trong siêu thị;

+ Trình bày được các đặc trưng của người bán hàng siêu thị chuyên nghiệp: tố chất, thái độ, kỹ năng, kiến thức, ngoại hình và sức khỏe.

+ Trình bày được các nội dung cơ bản của kỹ năng lắng nghe; kỹ năng thuyết phục; kỹ năng làm việc nhóm khi thực hiện bán hàng ở siêu thị.

+ Trình bày được nội dung của các nghiệp vụ trưng bày hàng hóa; luân chuyển hàng hóa; kiểm kê hàng hóa trong bán hàng siêu thị.

- Về kỹ năng:

+ Sắp xếp được hàng hóa lên quầy kệ siêu thị theo đúng nguyên tắc và phương pháp trưng bày hàng hóa.

+Thực hiện được các nghiệp vụ nhập hàng, xuất hàng từ kho lên quầy và thu ngân trong bán hàng siêu thị

+ Kiểm kê được số lượng hàng hóa thực tế để so sánh với số lượng được lưu trong sổ sách.

+ Biểu hiện thái độ, cử chỉ, lời nói phù hợp khi lắng nghe từ khách hàng.

+ Thuyết phục được với khách hàng để khách hàng ra quyết định mua hàng trên nguyên tắc có lợi cho cả 2 bên.

+ Làm việc nhóm có hiệu quả.

- Về năng lực tự chủ và trách nhiệm

Cẩn thận, trung thực, khoa học, luôn cập nhật kiến thức văn bản, rèn luyện kỹ năng và chấp hành đúng quy định của pháp luật hiện hành khi thực hiện công việc.

Nội dung môn học:

BÀI 1: TỔNG QUAN VỀ BÁN HÀNG KÊNH SIÊU THỊ

Giới thiệu: Bài học sẽ giới thiệu các đặc trưng của siêu thị và các loại hình siêu thị theo các tiêu chí phân loại. Đồng thời nêu được các vị trí công việc bán hàng trong siêu thị và giới thiệu cơ bản các nghiệp vụ bán hàng trong siêu thị.

Mục tiêu:

- Trình bày được các khái niệm: siêu thị, bán hàng siêu thị
- Trình bày được các đặc trưng của siêu thị và các loại hình siêu thị
- Phân biệt được các loại hình siêu thị
- Nêu được đặc trưng công việc của các vị trí bán hàng trong siêu thị
- Nêu được các nghiệp vụ bán hàng kênh siêu thị.

Nội dung chính:

1.1. Tổng quan về siêu thị

1.1.1. Khái niệm

Mỗi góc tiếp cận sẽ cho ra những định nghĩa khác nhau về cùng một khái niệm. Trên thế giới, siêu thị được định nghĩa theo nhiều tiêu chí khác nhau như: số lượng hàng hóa, quy mô phục vụ hay cơ sở vật chất... Tại Việt Nam, thuật ngữ “siêu thị” được dịch trực tiếp từ tiếng nước ngoài là “supermarket”. Trong đó, “super” nghĩa là rất, quá, hoặc vượt xa hiểu biết thông thường; “market” nghĩa là chợ. Để cho dễ gọi và mang tính chất thuần Việt, “supermarket” được chúng ta gọi là “siêu thị”.

Vậy một cách cơ bản, siêu thị tức là một cái chợ lớn, lớn hơn cả về diện tích, số lượng hàng hóa hay sự chuyên nghiệp. Tương tự, tuy cùng là hình thức bán lẻ và đa dạng các mặt hàng nhưng siêu thị cũng khác cửa hàng tạp hóa về mặt quy mô. Trong khi đó, siêu thị khác trung tâm thương mại về mặt bản chất. Trung tâm thương mại ngoài trừ có quy mô lớn hơn, còn bao gồm cả tổ hợp các loại hình cửa hàng, cơ sở hoạt động dịch vụ; hội trường, phòng họp, văn phòng cho thuê...

Theo Từ điển kinh tế thị trường, “*Siêu thị là cửa hàng tự phục vụ, bày bán nhiều mặt hàng, đáp ứng nhu cầu tiêu dùng hàng ngày của người tiêu dùng như thực phẩm, đồ uống, dụng cụ gia đình và các loại vật dụng cần thiết khác*”

Ngoài thuật ngữ siêu thị, hiện nay còn có một khái niệm nữa là đại siêu thị.

Đại siêu thị là một dạng siêu cửa hàng kết hợp giữa một siêu thị và một cửa hàng bách hóa. Đây là nơi tạo ra ra một địa điểm bán lẻ khổng lồ, có khả năng chứa rất nhiều loại sản phẩm và hàng hóa bên trong.

Các đại siêu thị đều đi theo mô hình kinh doanh doanh số cao, biên lợi nhuận thấp. Thông thường, đại siêu thị có diện tích từ 05 – 15 nghìn m², với sức chứa vào khoảng hơn 200.000 loại thương hiệu và nhãn hàng khác nhau.

1.1.2. Đặc trưng của siêu thị

- Đóng vai trò cửa hàng bán lẻ trong hệ thống phân phối

Bán lẻ là mắt xích cuối cùng trong chuỗi sản xuất và kinh doanh hàng hóa. Điều đó có nghĩa, đối tượng khách hàng của siêu thị là người tiêu dùng - những người trực tiếp sử dụng hàng hóa chứ không phải nhà buôn hay những nhà kinh doanh bán lại hàng hóa.

Tuy nhiên, hiện nay một số chủ cửa hàng tạp hóa cũng có thể tìm đến siêu thị và yêu cầu mua hàng theo giá bán buôn. Nhưng điều kiện là số lượng hàng hóa phải đủ lớn. Nên về cơ bản, phương thức kinh doanh chủ yếu của siêu thị vẫn là bán lẻ. Trong hệ thống các cửa hàng bán lẻ tại Việt Nam hiện nay, siêu thị được đánh giá là có quy mô lớn hơn cửa hàng tạp hóa hay siêu thị mini nhưng nhỏ hơn so với đại siêu thị và trung tâm thương mại.

- Áp dụng phương thức tự phục vụ (self-service hay libre-service)

Tự phục vụ (self-service hay libre- service) là phương thức kinh doanh cơ bản của siêu thị. Theo đó, người mua tự lựa chọn hàng hóa theo nhu cầu và đem đến quầy thu ngân để tiến hành thanh toán. Đây là phương thức kinh doanh mà người bán vắng bóng trong toàn bộ quá trình mua hàng.

So với cách bán hàng truyền thống, tự phục vụ đem lại lợi ích khá lớn khi doanh nghiệp có thể tiết kiệm được chi phí thuê nhân viên bán hàng. Người mua tuy không có được sự hướng dẫn cụ thể. Nhưng do hàng hóa của siêu thị chủ yếu phục vụ nhu cầu hàng ngày nên không tạo thành khó khăn quá lớn. Với những ưu điểm đó, tự phục vụ được cho là đồng nghĩa với văn minh thương nghiệp hiện đại, và ngày càng phát triển.

Do không có người bán tại quầy, giá cả được niêm yết rõ ràng và người mua không thể mặc cả hay bị ép giá. Điều này dường như trái với văn hóa mua hàng truyền thống. Do đó, ở Việt Nam, nhiều người vẫn có thói quen lựa chọn chợ thay vì siêu thị.

- Phương thức thanh toán thuận tiện

Hàng hóa gắn mã vạch, mã số được đem ra quầy tính tiền ở cửa ra vào, dùng máy quét để đọc giá, tính tiền bằng máy và tự động in hóa đơn. Đây chính là tính chất ưu việt của siêu thị, đem lại sự thỏa mãn cho người mua sắm,...

Đặc điểm này được đánh giá là cuộc đại “cách mạng” trong lĩnh vực thương mại bán lẻ.

- Hàng hóa chủ yếu là hàng tiêu dùng thường ngày

Hàng hóa tại siêu thị đa dạng và đáp ứng hầu hết nhu cầu của người tiêu dùng về ăn uống, trang phục, vệ sinh,... Đối tượng khách hàng của siêu thị là quảng đại quần chúng và phụ thuộc vào mục tiêu của mỗi siêu thị đề ra. Trọng tâm có thể là khách hàng có thu nhập thấp, trung bình hoặc cao.

Tuy nhiên, giá cả là một trong số những vấn đề khiến siêu thị kém sức hấp dẫn hơn so với chợ. Ở siêu thị, mức giá trung bình thường cao hơn so với giá bán mặt hàng cùng loại ở cửa hàng tạp hóa hoặc chợ. Điều này được các siêu thị lý giải xuất phát từ việc phải chịu thêm các chi phí lớn như tiền thuê mặt bằng; cải tạo cửa hàng, trang thiết bị, tiền thuê nhân viên... Tuy nhiên, điều này là ngược lại so với các nước khác. Do siêu thị ở đây thường bán với mức giá ngày nào cũng thấp (everyday-low-price) và thực hiện đúng mục đích siêu thị dành cho quảng đại quần chúng.

- Sáng tạo trong nghệ thuật trưng bày hàng hoá

Do áp dụng phương thức tự phục vụ trong bán hàng, nên hàng hóa trong siêu thị cần được sắp xếp theo một cách thu hút nhất có thể.

Nghệ thuật trưng bày hàng hóa là cần thiết và càng quan trọng hơn với những cửa hàng bán hàng theo phương thức tự phục vụ như các siêu thị. Do ở đây không có sự quảng cáo và mời chào từ phía người bán. Nên hàng hóa cần được sắp xếp theo một cách thu hút nhất có thể. Một số nguyên tắc được định ra như: những hàng hóa bán chạy được đưa lên vị trí dễ thấy; những hàng hóa có liên quan đến nhau được sắp xếp cạnh nhau; những hàng hóa khuyến mãi được trưng bày tại nhiều địa điểm...

1.1.3. Các loại hình siêu thị

Dựa theo các tiêu chí khác nhau, siêu thị được phân loại khác nhau.

** Phân loại theo hàng hóa*

Dựa theo mặt hàng được bày bán, siêu thị được chia thành siêu thị tổng hợp và siêu thị chuyên doanh.

- Siêu thị tổng hợp bày bán đa chủng loại hàng hóa. Chủ yếu là hàng hóa phục vụ nhu cầu sinh hoạt thường ngày của người dân.

- Siêu thị chuyên doanh tập trung vào một nhóm hàng hóa nhất định; mang tính chất bày bán chuyên nghiệp.

Ví dụ như siêu thị điện máy, siêu thị trái cây, siêu thị thuốc... Tuy nhiên, trong siêu thị chuyên doanh, hàng hóa vẫn được bày bán với đa dạng chủng loại, thương hiệu, kích thước, khối lượng khác nhau, đáp ứng nhu cầu của người tiêu dùng.

** Phân loại theo quy mô*

Dựa vào quy mô siêu thị, Quy chế siêu thị và trung tâm thương mại chia siêu thị thành: siêu thị hạng I; siêu thị hạng II và siêu thị hạng III. Theo đó, đối với mỗi loại siêu thị, các điều kiện đặt ra về diện tích, số lượng hàng hóa là khác nhau. Siêu thị hạng I cần diện tích và danh mục hàng hóa lớn nhất. Siêu thị hạng II ít hơn và siêu thị hạng III là ít nhất.

Theo quy định của Bộ Công Thương Việt Nam, siêu thị được phân làm 3 hạng:

- Siêu thị hạng I

Đối với siêu thị kinh doanh tổng hợp: Ngoài các tiêu chuẩn về kiến trúc hiện đại, kho hàng, kỹ thuật bảo quản, khu vệ sinh, khu giải trí, các siêu thị kinh doanh tổng hợp phải đảm bảo các tiêu chuẩn cơ bản sau:

- + Có diện tích kinh doanh từ 5.000m² trở lên;
- + Có danh mục hàng hoá kinh doanh từ 20.000 tên hàng trở lên;

Đối với siêu thị chuyên doanh, tiêu chuẩn cơ bản là:

- + Diện tích từ 1.000m² trở lên;
- + Có danh mục hàng hoá kinh doanh từ 2.000 tên hàng trở lên

- Siêu thị hạng II

Siêu thị kinh doanh tổng hợp phải đảm bảo các tiêu chuẩn cơ bản sau:

- + Có diện tích kinh doanh từ 2.000m² trở lên;
- + Có danh mục hàng hoá kinh doanh từ 10.000 tên hàng trở lên;

Đối với siêu thị chuyên doanh, tiêu chuẩn cơ bản là:

- + Diện tích từ 500m² trở lên;
- + Có danh mục hàng hoá kinh doanh từ 1.000 tên hàng trở lên

- Siêu thị hạng III

Siêu thị kinh doanh tổng hợp phải đảm bảo các tiêu chuẩn cơ bản sau: