

# ***ĐẶT VẤN ĐỀ, LÀM QUEN***

- **Học viên tự giới thiệu về bản thân và sản phẩm của mình;**
- **Phân nhóm chỗ ngồi, phân tổ học tập**

- **Giới thiệu mục đích, phạm vi, nội dung chương trình;** [MỤC ĐÍCH, ND.doc](#)
- **Tự giới thiệu, GV làm quen với lớp**

# ***KHÁI NIỆM, SỰ CẦN THIẾT MARKETING, TIẾP THỊ NÔNG SẢN***

- **Khái niệm, nội dung, hình thức của marketing tiếp thị nông sản; [KHÁI NIỆM MARKETING.doc](#)**
- **Vị trí của marketing, tiếp thị trong toàn bộ hoạt động của hộ [VI TRÍ MARKETING.doc](#)**
- **Vì sao phải có hoạt động marketing tiếp thị. [NỘI DUNG HOẠT ĐỘNG MARKETING.doc](#)**

# ***TÁC DỤNG CỦA MARKETING, TIẾP THỊ***

- **Tăng thu nhập do có khả năng bán hàng được nhiều hơn, giá cao hơn**
- **Giảm chi phí giao dịch**
- **Tận dụng lợi thế theo quy mô**
- **Tăng sức mạnh đàm phán với tư thương**

## ***TÁC DỤNG CỦA MARKETING, TIẾP THỊ***

- **Tăng cường quản lý chất lượng**
- **Tạo động lực để mở rộng sản xuất**
- **Tăng khả năng vay vốn tín dụng**
- **Sử dụng được các nguồn dịch vụ và vật tư của xã hội**
- **Có được các lợi ích xã hội**

***Một số nội dung công việc  
MARKETING, tiếp thị sản phẩm***

- **MARKETING TRONG KHÂU SẢN XUẤT**
- **MARKETING GIAI ĐOẠN TRƯỚC BÁN HÀNG**
- **MARKETING GIAI ĐOẠN BÁN HÀNG**
- **MARKETING GIAI ĐOẠN SAU BÁN HÀNG**

# ***MARKETING TRONG KHÂU SẢN XUẤT***

- **Đầu tư sản xuất mặt hàng bán rộng rãi với giá hạ**
- **Sản xuất, sản phẩm có chất lượng tốt, nhiều tính năng mới.**

# ***MARKETING GIAI ĐOẠN TRƯỚC BÁN HÀNG***

- **Sơ chế, bao gói chế biến, nâng cấp chất lượng**
- **Tổ chức mạng lưới tiêu thụ**
- **Đưa hàng đến tận nơi người mua**

# ***MARKETING GIAI ĐOẠN BÁN HÀNG***

- **Phương pháp quản lý bán hàng**
- **Các kỹ năng quản trị kinh doanh: phương pháp định giá, kỹ năng đàm phán, mặc cả khi mua bán hàng hoá;**
- **Kỹ năng giao tiếp khi bán hàng và hỗ trợ khách hàng**

# ***MARKETING GIAI ĐOẠN BÁN HÀNG***

- Nhận biết hành vi người mua hàng
- Tham quan chợ đầu mối và siêu thị để tìm hiểu về quy trình thu mua nông sản, tiêu chuẩn vệ sinh an toàn thực phẩm;
- Xây dựng thương hiệu cho sản phẩm
- Xây dựng kế hoạch tiếp thị.

## ***MARKETING GIAI ĐOẠN SAU BÁN HÀNG***

- **Thu thập thông tin về sản phẩm và Khách hàng.**
- **Thực hiện chính sách khuyến mại, chính sách thanh toán, chính sách bảo hành sản phẩm**

## ***Khó khăn thường gặp trong lĩnh vực MARKETING, tiếp thị***

- **Thiếu thông tin thị trường**
  - *Sản phẩm không phù hợp với nhu cầu của người tiêu dùng*
  - *Yếu về lợi thế khi gia nhập thị trường*
  - *Nhiều khả năng bị lợi dụng bởi người buôn bán trung gian thiếu lương tâm*
- **Không đủ khả năng để xây dựng cơ sở nhà, kho dự trữ chất lượng; Sản phẩm dễ hư hỏng;**

***Khó khăn thường gặp trong lĩnh vực  
MARKETING, tiếp thị***

- **Tính thời vụ trong nông nghiệp**
- **Thiếu vốn tiền mặt**
- **Giao thông đường sá tới chợ địa phương**

# ***Tìm hiểu thị trường***

- **Vì sao phải tìm hiểu thị trường?**

- *Xác định mục đích sản xuất để làm gì*

- *Tìm hiểu nhu cầu tiêu thụ, tiêu dùng loại sản phẩm mình dự kiến sản xuất*

- **Tìm hiểu thị trường là tìm hiểu cái gì**

- *Tìm hiểu số lượng, chủng loại sản phẩm đã có trên thị trường*

- *Tìm hiểu nhu cầu sản phẩm từng vùng, miền, từng đối tượng tiêu dùng, xuất khẩu .....*

# ***Các kênh thị trường***

- **Bán trực tiếp cho người tiêu dùng**
- **Tăng thêm giá trị cho sản phẩm bằng cách qua chế biến sơ bộ**
- **Bán buôn sản phẩm chưa qua sơ chế bán giá thấp hơn nhưng phù hợp với quy mô sản xuất lớn**

# ***Các kênh thị trường***

- **Thị trường ngách**
- **Thị trường sản phẩm hữu cơ**
- **Thị trường xuất khẩu**
- **Thị trường nội địa và địa phương**

# ***Các kênh thị trường***

- **Sản phẩm có nhãn mác**
- **Sản phẩm chưa qua chế biến sơ bộ**

# **THỬ XÁC ĐỊNH CHIẾN LƯỢC MARKETING CỦA HỘ**

- **Về mặt cá nhân và gia đình**
  - Mục tiêu, năng lực, điều kiện cần có,
  - Kế hoạch dài hơi ....
- **Tính khả thi của nông trại:**
  - Các điều kiện địa lý, thổ nhưỡng,
  - Phong tục, tập quán sản xuất
- **Các yếu tố thị trường:**
  - Thị trường địa phương
  - Thị trường cả nước, xuất khẩu

## ***VỀ MẶT CÁ NHÂN VÀ GIA ĐÌNH***

- Mục tiêu của gia đình trong phát triển sản xuất (*Hình thức nông trại, SX nhỏ...*)**
- Có dự trữ đủ nguồn lực để thực hiện mục tiêu trên không?**
- Có kế hoạch ngắn hạn hàng năm và dài hơi cho 5 năm nữa không**

# ***TÍNH KHẢ THI CỦA NÔNG TRẠI***

- Khả năng về mặt kỹ thuật, điều kiện địa lý, thời tiết, phong tục tập quán ...

- **CÁC YẾU TỐ THỊ TRƯỜNG**

- Bạn đã nắm chắc các đặc điểm của sản phẩm mà bạn sản xuất chưa (về các mặt như kích cỡ, chất lượng, chủng loại..., lợi ích đem lại cho người mua hoặc người tiêu dùng)?
- Có nhu cầu mua sản phẩm trên thị trường không? Nếu có, thì thị trường và khách hàng mà bạn nhắm đến là ai?

# ***CÁC YẾU TỐ THỊ TRƯỜNG***

- **Thị trường và khách hàng**
  - Khách hàng mục tiêu của bạn sinh sống ở đâu?
  - Đặc điểm xã hội của khách hàng mục tiêu
  - Đặc điểm hành vi của khách hàng mục tiêu
- **Lượng cung sản phẩm ở các vùng miền khác**

# ***CÁC YẾU TỐ THỊ TRƯỜNG***

- **Nhu cầu của thị trường hiện tại là bao nhiêu**
  - Số lượng khách hàng tiềm năng
  - Mức tiêu dùng hàng năm trên đầu người
  - Số lượng mua trung bình của mỗi khách hàng
  - Mối tương quan giữa nhu cầu thị trường và lượng cung hàng hóa
- **Mức giá sản phẩm mà thị trường chấp nhận**

# ***VỀ GIÁ SẢN PHẨM***

- **Mức giá sản phẩm mà thị trường chấp nhận**
- **Sự biến động giá theo chu kỳ mùa vụ**
- **Xác định biến động giá trong nhiều năm**
- **Dự đoán giá tương lai**
- **Tìm hiểu so sánh giá ở các vùng khác**

# ***Một số yếu tố khác***

- Thị trường có đòi hỏi một phân loại, tiêu chuẩn chất lượng sản phẩm cụ thể nào không? Về lâu dài thì sản phẩm có cần chứng nhận tiêu chuẩn và xuất xứ không
- Chi phí để vận chuyển sản phẩm đến điểm bán
- Yêu cầu của khách hàng về các dịch vụ của người trung gian, người bán buôn và phân phối

# ***Một số yếu tố khác***

- Trong vùng địa lý của bạn có bao nhiêu đối thủ cạnh tranh? Bạn có thể cung cấp sản phẩm tốt hơn đối thủ cạnh tranh ở điểm nào?
- Bạn dự đoán lượng bán trong một năm là bao nhiêu
- Tìm hiểu về giá cả của các phương tiện chuyên chở để tính toán chi phí và chở đến địa phương khác bán nếu giá cả ở đó cao hơn và đem lại thu nhập cao hơn so với bán ở nhà

# ***Kế hoạch Marketing tiếp thị***

**Là lập ra những hoạt động dự kiến của tiếp thị hỗn hợp (gồm sản phẩm, đóng gói nhãn mác, quảng cáo, phân phối, định giá) dựa trên những hiểu biết của chủ nông trại về tình hình ngành và tình hình kinh tế chung, mức độ cạnh tranh hiện tại và thị trường mục tiêu.**

# ***Các loại hình quảng cáo***

- Quảng cáo bằng miệng
- Biển quảng cáo dọc đường
- In và phát Hướng dẫn sử dụng cho người dùng
- Trang vàng thông tin
- Đài phát thanh
- Đài truyền hình
- In card và tờ rơi quảng cáo
- Các lễ hội, hội chợ
- Nhãn mác sản phẩm
- Quảng cáo trên trang Internet
- Các phương tiện khác: như phát mẫu dùng thử hoặc trang trí gian hàng bán sản phẩm...

# ***Lập kế hoạch và tổ chức hoạt động nhóm***

- Chiến lược tốt nhất cho phương thức tiếp thị hợp tác giữa các nông dân là cùng hợp tác bán sản phẩm và đạt được sự thống nhất cao trong các hoạt động sản xuất như chọn giống, thời gian và cách thức tổ chức sản xuất.
- Hoạt động tiếp thị sản phẩm theo tổ/nhóm nông dân là việc các nông dân cùng tập hợp sản phẩm do mỗi cá nhân sản xuất ra, và thực hiện các công đoạn phân loại, đóng gói, nhãn mác, tìm thị trường đầu ra, chuyên chở đến điểm bán và cùng bán hàng hóa với nhau.

## ***Để cho việc tiếp thị và bán sản phẩm theo nhóm hiệu quả***

- **Vượt qua tâm lý miễn cưỡng khi làm việc với nhau**
- **Nhóm nào có bề dày hoạt động và kinh nghiệm làm việc với nhau thì sẽ dễ thành công hơn**
- **Các quyền lợi về kinh tế phải rõ ràng, và nên dần tạo nên các khoản lợi nhuận từ trích từ hoạt động tiếp thị buôn bán của bản thân nhóm.**
- **Việc củng cố nhóm cần tiến hành song song với phát triển hoạt động hỗ trợ kỹ thuật, sản xuất và tiếp thị cho thành viên nhóm**
- **Bảo vệ uy tín của nhóm là trên hết: đảm bảo chất lượng sản phẩm luôn tốt như cam kết, giá cả phải chăng, dịch vụ đáng tin cậy.**

# ***Thương thảo với tư thương và ký kết hợp đồng mua bán***

- Hợp đồng có thể bằng miệng hay bằng văn bản
- Ký hợp đồng bán sản phẩm là để ràng buộc trách nhiệm kinh tế giữa người mua và người bán.
- Cần đánh giá đối tác hợp đồng về uy tín làm ăn, khả năng tài chính, tư cách pháp nhân. Tìm hiểu xác nhận địa chỉ cư trú của bạn hàng và các chi tiết nhân thân khác cũng rất cần thiết

# ***Thương thảo với tư thương và ký kết hợp đồng mua bán***

- Để thương thảo hợp đồng thành công, đại diện người nông dân phải nắm vững chi phí giá thành sản xuất sản phẩm, nắm được mức giá hiện tại của sản phẩm trên thị trường từ đó ấn định được mức giá bán cho thương lái tại địa bàn của mình
- Nông dân cần bắt mối với nhiều hơn 2 tư thương để không bị thấy yếu thế khi thương lượng. Cần mạnh dạn từ chối nếu giá mà tư thương đưa ra thấp hơn giá mình yêu cầu và đừng để tư thương biết được mình đang túng tiền và cần bán sản phẩm ngay.
- Đừng chào giá cao quá vì như thế tư thương sẽ không mặc cả và không muốn tới mua hàng lần tới nữa.
- Cần thương thảo để tạo điều khoản mở trong hợp đồng: ‘trong trường hợp có rủi ro bất khả kháng xảy ra thì có thể thương thảo lại hợp đồng’

***Các điều khoản trong hợp đồng phải rõ ràng;  
người nông dân cần hiểu và bàn bạc  
thống nhất với bên mua trong khi  
lập hợp đồng***

- Cụ thể về thời gian giao hàng**
- Cụ thể về số lượng hàng hóa**
- Điều khoản về giá cả cụ thể**
- Yêu cầu chất lượng sản phẩm cụ thể**

***Vì bán theo nhóm, trong nhóm nông dân cần tạo nên áp lực và cam kết lẫn nhau để tuân thủ hợp đồng, nhằm tạo uy tín kinh doanh vì lợi ích lâu dài của cả nhóm với đối tác kinh doanh.***

- Địa điểm giao hàng: phải tính chi phí vận chuyển vào giá nếu địa điểm giao hàng cách xa nông trại**
- Điều khoản thanh toán: tiền mặt hay chuyển khoản; giao trước hay sau ...**

# ***Các hình thức mua bán trong nông nghiệp***

- **Mua bán tự do thông qua mạng lưới thương nhân nhỏ**
- **Hình thức ký kết hợp đồng giữa doanh nghiệp với hộ nông dân**
- **Thông qua hợp đồng giữa DN với các HTX, tổ, nhóm, chủ**
- **Hợp đồng với tổ chức và cá nhân đại diện cho nông dân**
- **Mua bán giao dịch tại các chợ đầu mối bán buôn nông sản**

## ***Các bước của hoạt động tiếp thị theo nhóm nông dân***

- Họp nhóm để quyết định có tiếp thị theo nhóm không
- Xem xét danh sách các thương lái và chọn thương lái có khả năng mua số lượng lớn
- Đánh giá sản lượng của mỗi thành viên trong nhóm trong điều kiện tốt và xấu nhất
- Xem xét mức giá bán sau khi tham khảo giá thị trường

## ***Các bước của hoạt động tiếp thị theo nhóm nông dân***

- Xem xét khả năng tăng giá nếu có phân loại sản phẩm, đóng gói hay nhãn mác tốt hơn
- Lựa chọn địa điểm tập kết sản phẩm cho cả nhóm
- Phân công trách nhiệm điều phối trong nhóm
- Phân chia tiền bán
- Đánh giá lần đầu bán chung và chuẩn bị cho đợt bán tiếp theo

Xin chào thành cảm ơn!