

BỘ CÔNG THƯƠNG
TRƯỜNG CAO ĐẲNG THƯƠNG MẠI
KHOA: DU LỊCH



BÁO CÁO THỰC TẬP TỐT NGHIỆP
CÔNG TÁC BÁN HÀNG TẠI CÔNG TY TNHH
DỊCH VỤ DU LỊCH THIÊN DƯƠNG

Giảng viên hướng dẫn : ThS. LƯƠNG PHAN ĐÌNH PHONG
Sinh viên thực hiện : LÊ THỊ THẢO NGỌC
Lớp : 17QD16.1

Đà Nẵng, tháng 12/2025

LỜI CẢM ƠN

Trong suốt quá trình thực tập và hoàn thành báo cáo này, em xin bày tỏ lòng biết ơn sâu sắc đến Ban Giám hiệu và các thầy cô Trường Cao đẳng Thương Mại , đặc biệt là Khoa Du lịch, đã không ngừng truyền đạt kiến thức và tạo điều kiện thuận lợi để em có thể hoàn thành chương trình học và kỳ thực tập này. Những kiến thức quý báu từ thầy cô là nền tảng giúp em vận dụng tốt hơn vào thực tế công việc tại môi trường doanh nghiệp.

Em cũng xin cảm ơn giảng viên hướng dẫn – Lương Phan Đình Phong người đã kiên nhẫn đồng hành cùng em trong suốt quá trình hình thành và phát triển đề tài. Sự định hướng kịp thời, những góp ý cụ thể và tinh thần hỗ trợ hết mình của thầy đã giúp em hoàn thiện báo cáo một cách rõ ràng và logic hơn.

Em xin trân trọng cảm ơn Ban lãnh đạo công ty TNHH Dịch vụ Du lịch Thiên Dương, cùng anh/chị hướng dẫn tại đơn vị thực tập đã hỗ trợ, chỉ dẫn và tạo môi trường thuận lợi để em có thể học hỏi, rèn luyện và tích lũy thêm nhiều kinh nghiệm chuyên môn trong suốt thời gian thực tập tại công ty.

Bên cạnh đó, em xin cảm ơn các anh, chị đồng nghiệp trong bộ phận Sale của công ty. Trong suốt thời gian thực tập, các anh chị đã không ngừng chia sẻ kinh nghiệm, giúp đỡ em trong việc tiếp cận công việc một cách dễ dàng hơn và tạo điều kiện thuận lợi để em có thể hoàn thành tốt nhiệm vụ được giao.

Những kiến thức, kỹ năng và kinh nghiệm mà em có được trong kỳ thực tập này sẽ là nền tảng quan trọng giúp em hoàn thiện bản thân và định hướng nghề nghiệp trong tương lai.

Do hạn chế về kinh nghiệm thực tế, báo cáo không tránh khỏi những thiếu sót. Em rất mong nhận được sự thông cảm và góp ý của quý thầy cô để bài báo cáo được hoàn thiện hơn.

Em xin chân thành cảm ơn!

DANH MỤC TỪ VIẾT TẮT

KPI	Key Performance Indicator
------------	----------------------------------

MỤC LỤC

DANH MỤC TỪ VIẾT TẮT	i
MỤC LỤC.....	ii
CHƯƠNG 1: TỔNG QUAN VỀ CÔNG TÁC BÁN HÀNG.....	1
1.1 Cơ sở lý thuyết về công tác bán hàng	1
1.1.1 Khái niệm và vai trò về công tác bán hàng	1
a. Khái niệm.....	1
b. Vai trò	1
1.1.2 Các hình thức bán hàng	1
a. Căn cứ theo số lượng bán hàng.....	1
b. Căn cứ theo phương thức bán hàng	1
1.1.3 Yêu cầu đối với nhân viên bán hàng	2
a. Yêu cầu về kiến thức.....	2
b. Yêu cầu về kỹ năng.....	2
c. Yêu cầu về phẩm chất.....	3
1.1.4 Quy trình bán hàng	3
a. Tiếp cận khách hàng	3
b. Tìm kiếm nhu cầu khách hàng.....	3
c. Trình bày, giới thiệu các sản phẩm du lịch	3
d. Ứng xử những phản hồi	3
e. Thương lượng mua bán.....	3
f. Kết thúc bán hàng	3
g. Theo dõi và cập nhật dữ liệu.....	3
1.2 Nội dung công tác bán hàng	3
1.2.1 Tiếp cận khách hàng	3
a. Mô tả nội dung công việc.....	3
b. Quy trình thực hiện	3
c. Điều kiện và các yêu cầu khi thực hiện công việc	3
d. Kết quả	3
1.2.2 Tìm kiếm nhu cầu khách hàng	4
a. Mô tả nội dung công việc.....	4
b. Quy trình thực hiện	4
c. Điều kiện và các yêu cầu khi thực hiện công việc	4
d. Kết quả	4

1.2.3 Trình bày, giới thiệu sản phẩm du lịch	4
a. Mô tả nội dung công việc	4
b. Quy trình thực hiện	4
c. Điều kiện và các yêu cầu khi thực hiện công việc	4
d. Kết quả	4
1.2.4 Ứng xử những phản hồi	5
a. Mô tả nội dung công việc	5
b. Quy trình thực hiện	5
c. Điều kiện và các yêu cầu khi thực hiện công việc	5
d. Kết quả	5
1.2.5 Thương lượng mua bán	5
a. Mô tả nội dung công việc	5
b. Quy trình thực hiện	5
d. Kết quả	6
1.2.6 Kết thúc bán hàng	6
a. Mô tả nội dung công việc	6
b. Quy trình thực hiện	6
c. Điều kiện và các yêu cầu khi thực hiện công việc	6
d. Kết quả	6
1.2.7 Theo dõi và cập nhật dữ liệu	6
a. Mô tả nội dung công việc	6
b. Quy trình thực hiện	6
c. Điều kiện và các yêu cầu khi thực hiện công việc	7
d. Kết quả	7
CHƯƠNG 2: TÌNH HÌNH THỰC TẾ CÔNG TÁC BÁN HÀNG TẠI CÔNG TY TNHH DỊCH VỤ DU LỊCH THIÊN DƯƠNG	7
2.1. Thực trạng công tác bán hàng tại công ty TNHH dịch vụ du lịch Thiên Dương	8
2.1.1 Tiếp cận khách hàng	8
a. Mô tả nội dung công việc	8
b. Quy trình thực hiện	8
c. Điều kiện và các yêu cầu khi thực hiện công việc	9
d. Kết quả	9
e. Nhận xét	10
2.1.2 Tìm kiếm nhu cầu khách hàng	10
a. Mô tả nội dung công việc	10

b. Quy trình thực hiện	10
c. Điều kiện và các yêu cầu khi thực hiện công việc	11
d. Kết quả	12
e. Nhận xét	12
2.1.3 Trình bày, giới thiệu sản phẩm du lịch	12
a. Mô tả nội dung công việc.....	12
b. Quy trình thực hiện	13
c. Điều kiện và các yêu cầu khi thực hiện công việc	13
d. Kết quả	14
e. Nhận xét	14
2.1.4 Ứng xử những phản hồi	14
a. Mô tả nội dung công việc.....	14
b. Quy trình thực hiện	14
c. Điều kiện và các yêu cầu khi thực hiện công việc	15
d. Kết quả	15
e. Nhận xét	16
2.1.5 Thương lượng mua bán	16
a. Mô tả nội dung công việc.....	16
b. Quy trình thực hiện	16
c. Điều kiện và các yêu cầu khi thực hiện công việc	17
d. Kết quả	17
e. Nhận xét	17
2.1.6 Kết thúc bán hàng	18
a. Mô tả nội dung công việc.....	18
b. Quy trình thực hiện	18
c. Điều kiện và các yêu cầu khi thực hiện công việc	19
d. Kết quả	19
e. Nhận xét	19
2.1.7 Theo dõi và cập nhật dữ liệu	19
a. Mô tả nội dung công việc.....	19
b. Quy trình thực hiện	19
c. Điều kiện và các yêu cầu khi thực hiện công việc	20
d. Kết quả	20
e. Nhận xét	20
2.2. Đánh giá về công tác bán hàng tại công ty TNHH dịch vụ du lịch Thiên Dương.....	20

2.2.1. Ưu điểm.....	20
2.2.2. Nhược điểm	21
KẾT LUẬN CHƯƠNG 2.....	21
CHƯƠNG 3: BÀI HỌC KINH NGHIỆM VỀ CÔNG TÁC BÁN HÀNG TẠI CÔNG TY TNHH DỊCH VỤ DU LỊCH THIÊN DƯƠNG.....	22
3.1. Những điểm giống và khác nhau giữa lý thuyết và thực tiễn về công tác bán hàng tại công ty TNHH dịch vụ du lịch Thiên Dương.....	22
3.1.1. Những điểm giống nhau	23
a. Quy trình thực hiện	23
b. Điều kiện và các yêu cầu khi thực hiện công việc.....	23
c. Kết quả	23
3.1.2. Những điểm khác nhau	23
a. Quy trình thực hiện	23
b. Điều kiện và các yêu cầu khi thực hiện công việc.....	24
c. Kết quả	24
3.2. Bài học kinh nghiệm của bản thân.....	24
a. Kỹ năng giao tiếp và tư vấn khách hàng	24
b. Kỹ năng đăng bài và xây dựng nội dung bán hàng.....	24
c. Kỹ năng làm việc nhóm và phối hợp	25
d. Kỹ năng xử lý tình huống	25
e. Thái độ trong công tác bán hàng.....	25
3.3. Đề xuất, kiến nghị với nhà trường khi tổ chức giảng dạy công tác bán hàng	25
a. Tăng cường liên kết với doanh nghiệp du lịch.....	25
b. Bổ sung học phần về marketing online và kỹ năng sử dụng mạng xã hội	26
KẾT LUẬN CHƯƠNG 3.....	26

CHƯƠNG 1: TỔNG QUAN VỀ CÔNG TÁC BÁN HÀNG

1.1 Cơ sở lý thuyết về công tác bán hàng

1.1.1 Khái niệm và vai trò về công tác bán hàng

a. Khái niệm

Hoạt động bán hàng hiện đại là một quá trình giao tiếp giữa người bán nhằm thỏa mãn nhu cầu của đối tượng hoặc làm phát sinh nhu cầu của đối tượng đó không định hướng nhằm đáp ứng nhu cầu của cả bên bán và bên mua thông qua sản phẩm nhằm thỏa mãn nhu cầu của hai bên. Trong lĩnh vực du lịch, bán hàng là hoạt động bán sản phẩm dịch vụ du lịch, vì sản phẩm dịch vụ du lịch mang tính vô hình, khó xác định cụ thể như hàng hóa thông thường

b. Vai trò

Hoạt động bán hàng có vai trò rất quan trọng đối với xã hội và doanh nghiệp du lịch:

Đối với xã hội: Là khâu lưu thông gắn kết giữa nhà sản xuất du lịch với các ngành cung ứng dịch vụ, thỏa mãn nhu cầu tiêu dùng của khách du lịch, phục vụ nhu cầu xã hội, góp phần thúc đẩy phát triển kinh tế và văn hóa.

Đối với doanh nghiệp du lịch: Là hoạt động chủ yếu quyết định sự tồn tại và phát triển của doanh nghiệp, hiệu quả của công tác bán hàng ảnh hưởng trực tiếp đến kết quả kinh doanh.

1.1.2 Các hình thức bán hàng

a. Căn cứ theo số lượng bán hàng

Hình thức bán lẻ: Điểm mạnh của hình thức bán lẻ là đa dạng các đơn vị bán lẻ với nhiều quy mô hoạt động từ cửa hàng nhỏ đến chuỗi cửa hàng nhiều chi nhánh. Hình thức này có ưu điểm lớn về giá cho người tiêu dùng cũng như giúp nhà bán lẻ có lợi nhuận cao hơn nhà bán buôn.

Hình thức bán buôn: Bán buôn là hình thức cung ứng dịch vụ và bán hàng hóa với khối lượng lớn hoặc theo lô hàng với giá được chiết khấu hoặc giá gốc. Bán buôn thường được các trung gian thương mại như đại lý, tổng đại lý, nhà phân phối áp dụng. Đây là những khách hàng lớn, đặt dịch vụ với quy mô, giá trị lớn, yêu cầu cao và thường trung thành trong thời gian dài.

b. Căn cứ theo phương thức bán hàng

Hình thức bán hàng trực tiếp: Đây là hoạt động bán hàng thực hiện qua giao dịch trực tiếp với khách hàng. Quá trình mua hàng thường chịu tác động bởi các yếu tố tâm lý và bối cảnh xung quanh và hành vi quyết định mua hàng nhanh chóng. Ưu điểm nổi là người bán không phải tốn phí cho nhân công hay các hoạt động thu nhập dữ liệu khách hàng.

Hình thức bán qua điện thoại hoặc internet: Ưu điểm của hình thức này là sự tiện lợi, có thể thực hiện ở bất kì đâu, chỉ cần có một chiếc điện thoại đã được kết nối. Doanh nghiệp có thể dễ dàng tư vấn, thuyết phục khách hàng mà không cần gặp trực tiếp, vừa tiết kiệm thời gian vừa giảm chi phí. Tuy nhiên, nhân viên telesale cần sự kiên nhẫn và khả năng nắm bắt tâm lý khách hàng.

1.1.3 Yêu cầu đối với nhân viên bán hàng

a. Yêu cầu về kiến thức

Người bán hàng phải trang bị các kiến thức sau:

- + Sản phẩm dịch vụ mà mình đang bán như thông tin liên quan đến sản phẩm, điểm vượt trội của sản phẩm dịch vụ của doanh nghiệp so với đối thủ cạnh tranh

- + Doanh nghiệp mà mình đang làm (lịch sử hình thành và quá trình phát triển của doanh nghiệp, quá trình phát triển của sản phẩm chính...)

- + Khách hàng mà mình đang tiếp cận (tên, địa chỉ, ngày sinh, sở thích, tài chính... Tên của các cá nhân liên quan)

- + Đối thủ (kiến thức về đối thủ cạnh tranh, điểm mạnh và điểm yếu của đối thủ cạnh tranh, các chính sách của đối thủ, các thông tin khác)

b. Yêu cầu về kỹ năng

Kỹ năng giao tiếp: Kỹ năng giao tiếp hiệu quả có thể mang đến lợi ích cho bất kỳ người nào và ở bất kỳ giai đoạn nào. Là một nhân viên kinh doanh, nhân viên bán hàng nhất định phải làm chủ được tất cả các hình thức giao tiếp như gặp mặt trực tiếp hay liên hệ qua điện thoại... Giao tiếp tốt sẽ tạo cho khách hàng có thiện cảm với nhân viên và sản phẩm của doanh nghiệp.

Kỹ năng lắng nghe: Thể hiện sự chú tâm của mình khi nghe khách nói bằng cách sử dụng những ngôn ngữ lời nói và phi ngôn ngữ, kiểm tra lại việc lắng nghe, trả lời khi cần thiết.

Kỹ năng thăm dò: Khách hàng tiềm năng là các cá nhân hay tổ chức đang có nhu cầu mua sản phẩm, muốn sở hữu sản phẩm và có khả năng về tài chính để đưa ra quyết định mua hàng. Đề bán được hàng, chính là học cách xác định chính xác đâu là khách hàng tiềm năng.

Kỹ năng trình bày: Phải đưa ra được những thông tin về lợi ích sản phẩm, lợi ích của những giải pháp mà sản phẩm/dịch vụ đem lại. Nhân viên bán hàng cần phải chú ý những điều sau: chuẩn bị đầy đủ tài liệu có liên quan: thông tin về sản phẩm; đến đúng giờ, chú ý trang phục: lịch sự, chỉnh chu...; trong quá trình giao tiếp phải luôn lịch sự, nhã nhặn, tôn trọng và xây dựng được mối quan hệ tốt với khách hàng.

Kỹ năng thuyết phục: Để vượt qua được những từ chối của khách hàng, nhân viên bán hàng phải khéo léo, phải biết vận dụng kết hợp các kỹ thuật với nhau. Kỹ năng bán hàng này đòi hỏi phải nắm bắt được nguyên nhân của sự từ chối.

Kỹ năng xử lý phản đối: Khi khách hàng có bất kỳ thắc mắc hoặc yêu cầu gì để bảo vệ lợi ích của họ, người bán hàng cần có một tư duy phản ứng nhanh nhẹn, biết tranh luận và thỏa hiệp

c. Yêu cầu về phẩm chất

- Người bán hàng luôn phải có thái độ ân cần, lịch sự, nhiệt tình mới có thể tạo được sự yêu thích và cảm mến của khách hàng. Người bán hàng cần trau dồi những phẩm chất sau như thái độ niềm nở, cư xử lịch thiệp, tính kiên trì, có óc thẩm mỹ, có sự tinh tế, có nghị lực và tự tin, tính tích cực và tiến bộ trong hoạt động xã hội.

1.1.4 Quy trình bán hàng

- a. Tiếp cận khách hàng
- b. Tìm hiểu cầu khách hàng
- c. Trình bày, giới thiệu các sản phẩm du lịch
- d. Ứng xử những phản hồi
- e. Thương lượng mua bán
- f. Kết thúc bán hàng
- g. Theo dõi và cập nhật dữ liệu

1.2 Nội dung công tác bán hàng

1.2.1 Tiếp cận khách hàng

- a. Mô tả nội dung công việc
 - Tiếp xúc với đối tượng, tạo ấn tượng ban đầu, sự tham gia, đồng cảm và lôi kéo đối tượng quan tâm vấn đề.
- b. Quy trình thực hiện
 - Tạo ấn tượng qua vẻ bề ngoài
 - Thể hiện điệu bộ tự tin, quả quyết, ánh mắt chú ý...
 - Nhắc đúng tên đối tượng, thể hiện sự tôn trọng
 - Giới thiệu tên bản thân, tổ chức, chức vụ và mục đích tiếp xúc ngắn gọn.
- c. Điều kiện và các yêu cầu khi thực hiện công việc
 - Cần tạo ấn tượng ngay từ ban đầu, có phong thái tự tin, giọng nói rõ ràng, thái độ lịch sự, thể hiện sự tôn trọng và nhiệt tình.
- d. Kết quả
 - Tạo được thiện cảm, sự đồng cảm và thu hút đối tượng tham gia vào buổi chào hàng.

1.2.2 Tìm hiểu nhu cầu khách hàng

a. Mô tả nội dung công việc

- Tìm hiểu và xác định nhu cầu của khách hàng, bao gồm cả nhu cầu đã được nhận biết và nhu cầu tiềm ẩn mà khách hàng chưa nhận ra.

b. Quy trình thực hiện

- Sử dụng các phương pháp thăm dò
- Đặt câu hỏi mở
- Đặt câu hỏi tìm dữ liệu
- Đặt câu hỏi phản ánh
- Sử dụng sự tạm dừng để đối tượng có thời gian suy nghĩ.
- Đưa ra câu tóm tắt

c. Điều kiện và các yêu cầu khi thực hiện công việc

- Nhân viên cần có kỹ năng giao tiếp tốt, biết lắng nghe, đặt câu hỏi phù hợp và tinh tế nhận biết nhu cầu tiềm ẩn của khách hàng.

d. Kết quả

- Hiểu rõ nhu cầu, mong muốn và động lực của khách hàng, từ đó giúp doanh nghiệp có hướng tiếp cận và thỏa mãn nhu cầu hiệu quả hơn.

1.2.3 Trình bày, giới thiệu sản phẩm du lịch

a. Mô tả nội dung công việc

Trình bày lợi ích của sản phẩm nhằm giúp đối tượng hiểu rõ hoàn cảnh, mong muốn của họ và khả năng đáp ứng của doanh nghiệp bằng những lợi ích thiết thực của sản phẩm, dịch vụ.

b. Quy trình thực hiện

- Sử dụng câu nói đề cập đến lợi ích của sản phẩm
- Sản phẩm du lịch, dùng hình ảnh, clip minh họa để tăng tính thuyết phục
- Trình bày uy tín, hình ảnh, thành tích và giải thưởng của công ty
- Câu nói lợi ích giải thích sản phẩm
- Câu nói lợi ích phải gồm hai yếu tố: nhu cầu và chứng cứ.

c. Điều kiện và các yêu cầu khi thực hiện công việc

Người bán hàng cần am hiểu sản phẩm, xác định đúng nhu cầu khách hàng, trình bày rõ ràng, có chứng cứ thuyết phục, thể hiện uy tín và phong thái chuyên nghiệp.

d. Kết quả

Khách hàng hiểu rõ lợi ích sản phẩm, tin tưởng vào doanh nghiệp, thấy được sản phẩm đáp ứng nhu cầu của họ, từ đó kích thích hành động mua hàng.

1.2.4 Ứng xử những phản hồi

a. Mô tả nội dung công việc

Đảm bảo đối tượng hiểu rõ những gì người bán trình bày, đồng thời giải quyết những nghi ngờ, thắc mắc của đối tượng để tạo niềm tin, động lực và thúc đẩy đối tượng mua hàng.

b. Quy trình thực hiện

- Xác định phản đối thật
- Hiểu rõ phản hồi
- Kiểm tra, xác nhận lại phản đối
- Xử lý phản đối:
 - + Thừa nhận phản đối
 - + Thăm dò để hiểu rõ
 - + Trả lời phản đối
 - + Thăm dò để xác nhận sự chấp thuận câu trả
 - + Trình bày phản đối phải thể hiện sự hòa hợp, chia sẻ, thông cảm với đối tượng.

c. Điều kiện và các yêu cầu khi thực hiện công việc

Nhân viên bán hàng cần có kỹ năng lắng nghe, thăm dò, giải thích rõ ràng, chứng minh xác thực, thể hiện thái độ chân thành, đồng cảm và khả năng xử lý tình huống linh hoạt.

d. Kết quả

Khách hàng hiểu rõ vấn đề, giảm bớt nghi ngờ, tin tưởng vào sản phẩm và doanh nghiệp, từ đó dễ dàng chấp thuận và đưa ra quyết định mua hàng.

1.2.5 Thương lượng mua bán

a. Mô tả nội dung công việc

Thực hiện thương lượng trong mua bán, chủ yếu về giá cả, các điều khoản tín dụng và những vấn đề liên quan giữa người bán và người mua.

b. Quy trình thực hiện

- Cân nhắc các yếu tố như nhu cầu, sự cạnh tranh...
- Tìm cách nhân nhượng để có thể bán được sản phẩm.
- Áp dụng kỹ thuật trong thương lượng để đạt thỏa thuận.

c. Điều kiện và các yêu cầu khi thực hiện công việc

Người bán hàng cần có kỹ năng thương lượng tốt, hiểu rõ nhu cầu khách hàng, nắm bắt tình hình cạnh tranh, có khả năng linh hoạt, nhân nhượng hợp lý và sử dụng quyền lực đúng mức.

d. Kết quả

Đạt được sự thỏa hiệp giữa hai bên, tạo điều kiện thuận lợi cho việc ký kết hợp đồng, giúp người bán đạt được mục tiêu kinh doanh và duy trì mối quan hệ tốt với khách hàng.

1.2.6 Kết thúc bán hàng

a. Mô tả nội dung công việc

Sau quá trình tiếp cận, chào hàng, giải thích và vượt qua phản đối, người bán cùng khách hàng đi đến thống nhất đơn hàng hoặc ký kết hợp đồng – đây là bước kết thúc bán hàng.

b. Quy trình thực hiện

- Đưa ra giải pháp mua hàng cụ thể cho khách hàng
- chuẩn bị cho việc đưa sản phẩm hoặc đăng ký dịch vụ.
- Trình bày ngắn gọn các thủ tục, phương thức mua.
- Nhắc lại lợi ích sản phẩm đáp ứng nhu cầu.
- So sánh những lợi ích khi mua ngay so với trì hoãn.
- Chuyển sang vấn đề khác, cảm ơn và tạm biệt khách hàng.
- Giới thiệu thêm các dịch vụ đi kèm
- Lên kế hoạch gặp gỡ và hẹn khách hàng lần tới
- Hỏi thăm và ghi nhận ý kiến khách hàng về sản phẩm, dịch vụ

c. Điều kiện và các yêu cầu khi thực hiện công việc

Người bán hàng cần thể hiện sự chuyên nghiệp, thân thiện, biết lắng nghe, duy trì quan hệ sau bán, luôn quan tâm, ghi nhận ý kiến khách hàng và có kế hoạch tái tiếp cận phù hợp.

d. Kết quả

Khách hàng hiểu rõ lợi ích của sản phẩm, hài lòng với dịch vụ, tin tưởng doanh nghiệp, tạo mối quan hệ hợp tác lâu dài và mở ra cơ hội bán hàng trong tương lai.

1.2.7 Theo dõi và cập nhật dữ liệu

a. Mô tả nội dung công việc

Giai đoạn cuối cùng của quy trình chào bán nhằm bảo đảm rằng khách hàng hài lòng với việc mua hàng đã thực hiện.

b. Quy trình thực hiện

- Tiếp xúc và theo dõi sau bán hàng
- Giúp khách hàng giảm bớt sự phân tán

c. Điều kiện và các yêu cầu khi thực hiện công việc

Người bán hàng cần duy trì liên hệ, quan tâm và theo dõi khách hàng sau khi mua, thể hiện sự chu đáo, hỗ trợ và tạo cảm giác an tâm cho khách hàng.

d. Kết quả

Khách hàng cảm thấy hài lòng, tin tưởng vào quyết định mua hàng của mình, củng cố niềm tin vào doanh nghiệp và tạo tiền đề cho mối quan hệ hợp tác lâu dài.

KẾT LUẬN CHƯƠNG 1

Chương 1 đã cung cấp một cái nhìn tổng quan về công tác bán hàng, tập trung vào các khái niệm, vai trò, hình thức bán hàng, yêu cầu đối với nhân viên và quy trình thực hiện công tác bán hàng trong lĩnh vực du lịch. Thông qua nội dung này, có thể thấy rõ rằng bán hàng không chỉ đơn thuần là việc cung cấp sản phẩm hay dịch vụ mà còn là một quá trình giao tiếp, thấu hiểu nhu cầu khách hàng, tư vấn, thuyết phục và xây dựng lòng tin, nhằm đảm bảo cả doanh nghiệp và khách hàng đều đạt được lợi ích mong muốn.

Hoạt động bán hàng giữ vai trò then chốt trong sự phát triển của doanh nghiệp du lịch, quyết định doanh thu, lợi nhuận và uy tín trên thị trường. Đồng thời, công tác này cũng góp phần thúc đẩy sự phát triển kinh tế – xã hội bằng cách đáp ứng nhu cầu du lịch và trải nghiệm của khách hàng.

Qua việc phân tích các hình thức bán hàng và quy trình bán hàng từ tiếp cận khách hàng, tìm hiểu nhu cầu, trình bày sản phẩm, xử lý phản hồi, thương lượng, kết thúc bán hàng đến theo dõi và cập nhật dữ liệu, có thể nhận thấy mỗi bước đều yêu cầu nhân viên phải có kiến thức chuyên môn vững vàng, kỹ năng giao tiếp, thuyết phục, xử lý tình huống linh hoạt và thái độ chuyên nghiệp. Những yếu tố này không chỉ giúp nâng cao hiệu quả bán hàng mà còn xây dựng mối quan hệ lâu dài, tạo niềm tin và sự hài lòng cho khách hàng.

Như vậy, chương 1 đã làm rõ các cơ sở lý thuyết nền tảng và các quy trình thực hiện trong công tác bán hàng, tạo tiền đề quan trọng cho việc nghiên cứu thực tiễn và triển khai các hoạt động bán hàng hiệu quả trong môi trường doanh nghiệp du lịch. Việc nắm vững lý thuyết và áp dụng linh hoạt trong thực tế sẽ giúp nhân viên nâng cao năng lực, cải thiện hiệu quả kinh doanh và góp phần xây dựng hình ảnh uy tín, chuyên nghiệp cho doanh nghiệp.

CHƯƠNG 2: TÌNH HÌNH THỰC TẾ CÔNG TÁC BÁN HÀNG TẠI CÔNG TY TNHH DỊCH VỤ DU LỊCH THIÊN DƯƠNG

2.1. Thực trạng công tác bán hàng tại công ty TNHH dịch vụ du lịch Thiên Dương

2.1.1 Tiếp cận khách hàng

a. Mô tả nội dung công việc

Trong hoạt động bán hàng tại Công ty TNHH Dịch vụ Du lịch Thiên Dương, công tác tiếp cận khách hàng là bước đầu tiên và có ý nghĩa quan trọng, quyết định khả năng phát sinh giao dịch ở các bước tiếp theo. Nhân viên bán hàng chủ động tìm kiếm và liên hệ với khách hàng thông qua nhiều kênh khác nhau như Facebook, Zalo, điện thoại và các hội nhóm du lịch.

Nhân viên sale có nhiệm vụ giới thiệu sơ bộ về các dịch vụ du lịch của công ty, đồng thời hỏi thăm nhu cầu ban đầu của khách hàng nhằm tạo tiền đề cho quá trình tư vấn chi tiết. Bên cạnh đó, nhân viên thường xuyên đăng tải các bài viết quảng bá tour trên mạng xã hội nhằm thu hút sự quan tâm của khách hàng tiềm năng. Thông qua việc theo dõi lượt bình luận, tin nhắn và lượt quan tâm, nhân viên có thể xác định những khách hàng có nhu cầu thực sự để tiếp cận kịp thời.

Ngoài ra, việc xây dựng hình ảnh cá nhân và hình ảnh doanh nghiệp cũng được công ty đặc biệt chú trọng. Nhân viên sale cần thể hiện sự chuyên nghiệp, thân thiện và lịch sự trong giao tiếp, tạo cảm giác tin cậy để khách hàng sẵn sàng lắng nghe và trao đổi. Việc để lại ấn tượng tốt ngay từ lần đầu tiếp xúc giúp tăng khả năng khách hàng tiếp tục tương tác và sử dụng dịch vụ của công ty.

b. Quy trình thực hiện

Quy trình tiếp cận khách hàng tại công ty được thực hiện theo các bước cụ thể như sau:

- Thu thập thông tin khách hàng từ nhiều nguồn khác nhau như hội nhóm du lịch, khách hàng cũ và hotline của công ty.
- Phân loại khách hàng theo từng nhóm đối tượng ban đầu nhằm lựa chọn cách tiếp cận phù hợp.
- Gửi lời chào, tin nhắn mẫu và giới thiệu các chương trình tour đang triển khai.
- Gửi hình ảnh tour, lịch trình chi tiết và mức giá tham khảo để khách hàng dễ hình dung.

- Duy trì tương tác ban đầu thông qua việc trả lời tin nhắn, gửi thêm thông tin khi khách có nhu cầu.
- Đăng bài quảng cáo tour trên Facebook, Zalo nhằm mở rộng khả năng tiếp cận khách hàng mới.
- Phản hồi nhanh chóng để giữ sự chú ý và thiện cảm của khách hàng.



Hình 1. Bài đăng quảng cáo tour Thái Lan trong hội nhóm trên facebook

c. Điều kiện và các yêu cầu khi thực hiện công việc

Để công tác tiếp cận khách hàng đạt hiệu quả, nhân viên sale cần đáp ứng các yêu cầu sau:

- Trang bị đầy đủ thông tin về tour, giá cả, hình ảnh và chính sách liên quan.
- Có kỹ năng giao tiếp tốt, nói chuyện tự tin, thân thiện và lịch sự.
- Thành thạo việc sử dụng các nền tảng mạng xã hội để đăng bài và tiếp nhận thông tin khách hàng.
- Biết cách viết nội dung quảng bá hấp dẫn, dễ hiểu và phù hợp với nhiều nhóm khách hàng.
- Phản hồi nhanh, chính xác, thể hiện tính chuyên nghiệp của doanh nghiệp.

d. Kết quả

Thông qua việc thực hiện thường xuyên công tác tiếp cận khách hàng, hoạt động bán hàng tại Công ty TNHH Dịch vụ Du lịch Thiên Dương đã đạt được nhiều kết quả tích cực. Mức độ nhận diện thương hiệu của công ty ngày càng

được nâng cao khi hình ảnh doanh nghiệp xuất hiện thường xuyên trên các kênh mạng xã hội như Facebook, Zalo và các hội nhóm du lịch, từ đó tạo sự quen thuộc và tin tưởng đối với khách hàng.

Bên cạnh đó, công ty đã xây dựng và mở rộng được tệp khách hàng tiềm năng thông qua việc chủ động liên hệ, phản hồi nhanh chóng và duy trì tương tác với khách hàng. Điều này giúp doanh nghiệp thuận lợi hơn trong công tác chăm sóc khách hàng cũng như giới thiệu các chương trình tour mới.

Ngoài ra, tỷ lệ khách hàng sẵn sàng lắng nghe tư vấn chi tiết và chủ động liên hệ để tìm hiểu thông tin tour có xu hướng tăng lên. Kết quả này cho thấy công tác tiếp cận khách hàng đang được triển khai đúng hướng và góp phần nâng cao hiệu quả bán hàng của doanh nghiệp.

e. Nhận xét

Nhìn chung, công tác tiếp cận khách hàng tại Công ty TNHH Dịch vụ Du lịch Thiên Dương được thực hiện thường xuyên và tương đối hiệu quả. Nhân viên bán hàng chủ động trong việc tìm kiếm và tương tác với khách hàng thông qua các kênh trực tuyến, góp phần tăng mức độ nhận diện thương hiệu và thu hút khách hàng tiềm năng.

Tuy nhiên, lượng khách tiếp cận còn phụ thuộc vào từng mùa du lịch, dẫn đến sự chênh lệch giữa mùa cao điểm và thấp điểm. Do đó, công ty cần linh hoạt hơn trong cách tiếp cận và duy trì việc chăm sóc khách hàng tiềm năng đều đặn nhằm hạn chế tình trạng bỏ sót khách và nâng cao hiệu quả bán hàng.

2.1.2 Tìm hiểu nhu cầu khách hàng

a. Mô tả nội dung công việc

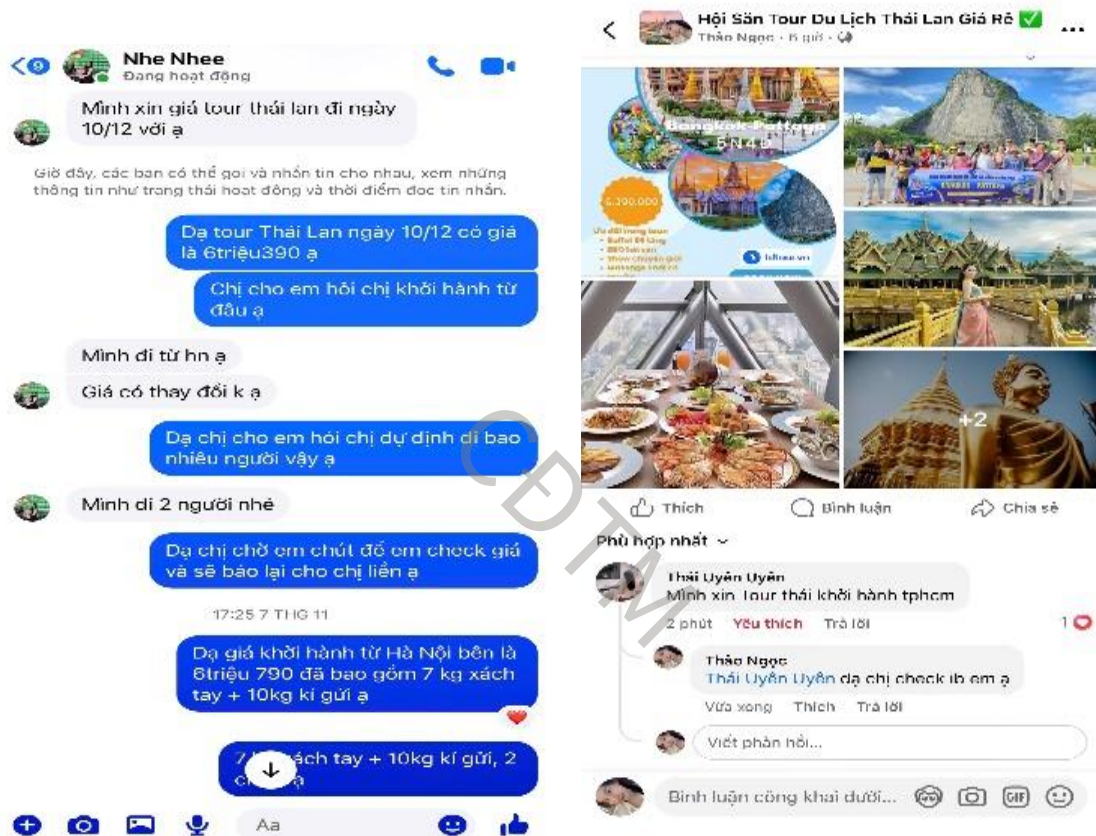
Sau khi tiếp cận thành công, nhân viên bán hàng tiến hành tìm hiểu nhu cầu cụ thể của khách hàng. Nhân viên chủ động trao đổi để nắm rõ mục đích chuyến đi, xác định loại hình du lịch mà khách mong muốn như tham quan, nghỉ dưỡng hay công tác. Bên cạnh đó, các yêu cầu đặc biệt liên quan đến ăn uống, khách sạn, điểm tham quan, cũng như nhu cầu riêng của người già và trẻ nhỏ đều được ghi nhận cẩn thận.

Ngoài ra, nhân viên còn tìm hiểu số lượng người tham gia, độ tuổi trong đoàn, thời gian dự kiến đi du lịch và ngân sách mà khách hàng có thể chi trả. Những thông tin này giúp nhân viên tư vấn chính xác và phù hợp hơn.

b. Quy trình thực hiện

Quy trình tìm hiểu nhu cầu khách hàng tại công ty được thực hiện theo các bước cụ thể như sau:

- Trao đổi trực tiếp với khách hàng qua tin nhắn, cuộc gọi hoặc tư vấn tại văn phòng.
- Đặt các câu hỏi mở để khách dễ dàng chia sẻ nhu cầu thật sự.
- Lắng nghe và ghi chú đầy đủ các thông tin do khách hàng cung cấp.
- Tổng hợp thông tin và phân nhóm nhu cầu theo các mức giá: giá rẻ, tiêu chuẩn và cao cấp.
- Đề xuất gói tour phù hợp nhất để khách hàng xem xét và lựa chọn.



Hình 2. Trao đổi khách hàng qua tin nhắn và bình luận trên facebook

c. Điều kiện và các yêu cầu khi thực hiện công việc

Để tìm hiểu nhu cầu khách hàng đạt hiệu quả, nhân viên sale cần đáp ứng các yêu cầu sau:

- Nhân viên bán hàng cần có kỹ năng đặt câu hỏi khéo léo, logic, tránh hỏi dồn dập hoặc khiến khách hàng cảm thấy bị làm phiền.
- Có kiến thức đầy đủ về các chương trình tour, điểm đến, dịch vụ khách sạn, ăn uống và phương tiện di chuyển để tư vấn đúng nhu cầu.
- Thực hiện lắng nghe chủ động, tập trung vào mong muốn thật sự của khách hàng trước khi đưa ra gợi ý.

- Có khả năng ghi chép và tổng hợp thông tin khách hàng đầy đủ, bao gồm số lượng người đi, độ tuổi, thời gian, ngân sách và yêu cầu đặc biệt.
- Phản hồi khách nhanh chóng, rõ ràng, đúng trọng tâm, tránh cung cấp thông tin lan man.
- Thái độ giao tiếp cần thân thiện, kiên nhẫn và chuyên nghiệp để khách hàng sẵn sàng chia sẻ nhu cầu cá nhân.

d. Kết quả

Thông qua quá trình tìm hiểu nhu cầu khách hàng, nhân viên bán hàng tại Công ty TNHH Dịch vụ Du lịch Thiên Dương có thể xác định tương đối chính xác mong muốn và khả năng chi trả của từng khách. Việc nắm rõ mục đích chuyến đi, thời gian, số lượng người tham gia và các yêu cầu đặc biệt giúp quá trình tư vấn diễn ra đúng trọng tâm, từ đó nâng cao tỷ lệ khách hàng đồng ý chốt tour. Đồng thời, khách hàng cũng cảm thấy hài lòng hơn khi được tư vấn đúng với nhu cầu thực tế, góp phần nâng cao chất lượng dịch vụ và hình ảnh chuyên nghiệp của công ty.

e. Nhận xét

Hoạt động tìm hiểu nhu cầu khách hàng đang được nhân viên thực hiện khá tốt và có tính chủ động. Tuy nhiên, để nâng cao hiệu quả hơn nữa, công ty cần chuẩn hóa bộ câu hỏi tư vấn nhằm thu thập thông tin một cách nhanh chóng, đầy đủ và đồng đều giữa các nhân viên.

2.1.3 Trình bày, giới thiệu sản phẩm du lịch

a. Mô tả nội dung công việc

Sau khi nắm bắt được nhu cầu cụ thể của khách hàng, nhân viên bán hàng tiến hành trình bày và giới thiệu các chương trình du lịch phù hợp. Nội dung giới thiệu bao gồm thông tin chi tiết về lịch trình tham quan, các dịch vụ đi kèm, giá tour, quyền lợi của khách hàng cũng như các điều kiện liên quan đến việc hủy hoặc thay đổi dịch vụ. Trong quá trình tư vấn, nhân viên không chỉ cung cấp thông tin mà còn nhấn mạnh những điểm nổi bật và lợi thế của chương trình tour so với các sản phẩm tương tự trên thị trường.

Để giúp khách hàng dễ hình dung hơn về chuyến đi, nhân viên thường sử dụng hình ảnh, video và brochure điện tử gửi qua Zalo hoặc Facebook. Việc trình bày rõ ràng, dễ hiểu và trung thực giúp khách hàng nắm bắt đầy đủ thông tin, từ đó nâng cao mức độ tin tưởng và tạo điều kiện thuận lợi cho việc ra quyết định mua tour.

b. Quy trình thực hiện

Quy trình trình bày, giới thiệu sản phẩm du lịch tại công ty được thực hiện theo các bước cụ thể như sau:

- Tiếp nhận thông tin nhu cầu của khách hàng đã được xác định ở bước trước.
- Gửi nội dung chương trình tour (lịch trình, giá, dịch vụ đi kèm) cho khách qua Zalo hoặc Facebook.
- Giải thích chi tiết từng nội dung trong chương trình tour, nhấn mạnh các điểm nổi bật.
- Làm rõ các dịch vụ đã bao gồm và chưa bao gồm trong giá tour.
- Sử dụng hình ảnh, video, brochure để giúp khách hàng dễ hình dung về điểm đến.
- Trả lời các thắc mắc liên quan đến lịch trình, giá tour và quyền lợi của khách hàng.
- So sánh các gói tour khác nhau (nếu có) để khách dễ dàng lựa chọn phương án phù hợp.



Hình 3. Gửi link lịch trình tour Thái Lan cho khách hàng

c. Điều kiện và các yêu cầu khi thực hiện công việc

Để trình bày, giới thiệu sản phẩm đạt hiệu quả, nhân viên sale cần đáp ứng các yêu cầu sau:

- Nhân viên phải nắm rõ nội dung chương trình tour, giá bán, dịch vụ đi kèm và chính sách liên quan.

- Có khả năng trình bày mạch lạc, dễ hiểu, sử dụng ngôn ngữ phù hợp với từng đối tượng khách hàng.
- Biết kết hợp hình ảnh, video, brochure để tăng tính trực quan khi giới thiệu tour.
- Tư vấn trung thực, đúng với thực tế dịch vụ, tránh phóng đại gây hiểu lầm.
- Thái độ giao tiếp cần lịch sự, nhiệt tình và tạo cảm giác tin cậy cho khách.

d. Kết quả

Việc trình bày và giới thiệu sản phẩm du lịch giúp khách hàng hiểu rõ hơn về nội dung chương trình tour, các dịch vụ đi kèm cũng như quyền lợi khi tham gia. Thông qua cách tư vấn rõ ràng, kết hợp hình ảnh và thông tin chi tiết, mức độ tin tưởng của khách hàng đối với doanh nghiệp được nâng cao, đồng thời hạn chế các hiểu lầm hoặc tranh cãi có thể phát sinh sau chuyến đi.

e. Nhận xét

Nhân viên bán hàng có khả năng giới thiệu sản phẩm khá tốt và thuyết phục. Tuy nhiên, công ty cần thường xuyên cập nhật nội dung truyền thông và thống nhất cách trình bày giữa các nhân viên để đảm bảo thông tin luôn chính xác và đồng bộ.

2.1.4 Ứng xử những phản hồi

a. Mô tả nội dung công việc

Trong quá trình tư vấn và bán tour, nhân viên bán hàng thường xuyên tiếp nhận các phản hồi, thắc mắc hoặc phàn nàn từ phía khách hàng. Các phản hồi này có thể liên quan đến giá tour, lịch trình, chương trình khuyến mãi hoặc chất lượng dịch vụ. Nhân viên có trách nhiệm lắng nghe ý kiến của khách hàng, giải thích rõ ràng các nội dung chưa hiểu và đưa ra hướng xử lý phù hợp trong phạm vi cho phép.

Việc xử lý phản hồi được thực hiện với thái độ bình tĩnh, lịch sự và chuyên nghiệp, nhằm đảm bảo quyền lợi của khách hàng cũng như uy tín của doanh nghiệp. Đối với những vấn đề phát sinh trước, trong hoặc sau tour, nhân viên sẽ phối hợp với các bộ phận liên quan để hỗ trợ khách hàng kịp thời. - Tiếp nhận thắc mắc, phàn nàn, đề nghị từ khách hàng.

b. Quy trình thực hiện

Quy trình ứng xử nhưng phản hồi tại công ty được thực hiện theo các bước cụ thể như sau:

- Tiếp nhận phản hồi của khách hàng qua tin nhắn, điện thoại hoặc trao đổi trực tiếp.

- Lắng nghe và ghi nhận đầy đủ nội dung phản hồi, thắc mắc hoặc phàn nàn của khách.
- Xác định nguyên nhân phát sinh vấn đề (do công ty hay yếu tố khách quan).
- Giải thích rõ ràng, chi tiết các nội dung khách chưa hiểu hoặc còn thắc mắc.
- Đề xuất phương án xử lý phù hợp trong phạm vi cho phép.
- Phối hợp với các bộ phận liên quan để giải quyết vấn đề nhanh chóng.
- Theo dõi lại và hỏi thăm khách hàng sau khi xử lý để đảm bảo khách hài lòng



Hình 4. Lắng nghe và giải đáp thắc mắc của khách hàng

c. Điều kiện và các yêu cầu khi thực hiện công việc

Để ứng xử những phản hồi đạt hiệu quả, nhân viên sale cần đáp ứng các yêu cầu sau:

- Nhân viên cần có kỹ năng giao tiếp và xử lý tình huống tốt.
- Biết kiềm chế cảm xúc cá nhân khi gặp khách hàng khó tính.
- Có kiến thức rõ về tour và chính sách công ty để xử lý đúng vấn đề.
- Phản hồi khách hàng nhanh chóng, kịp thời, tránh để khách chờ lâu.
- Giữ thái độ bình tĩnh, lịch sự và chuyên nghiệp trong mọi tình huống.

d. Kết quả

Công tác tiếp nhận và xử lý phản hồi giúp giảm thiểu tình trạng khiếu nại kéo dài, đồng thời nâng cao mức độ hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ. Việc

giải quyết kịp thời các thắc mắc và vấn đề phát sinh góp phần giữ chân khách hàng, cải thiện hình ảnh thương hiệu Thiên Dương và tạo nền tảng cho mối quan hệ lâu dài với khách hàng.

e. Nhận xét

Nhân viên nhìn chung xử lý phản hồi của khách hàng khá tốt và có trách nhiệm. Tuy nhiên, trong một số trường hợp, cách xử lý còn phụ thuộc vào ý kiến cấp trên, do đó công ty cần xây dựng quy trình và kịch bản xử lý thống nhất cho các tình huống phổ biến.

2.1.5 Thương lượng mua bán

a. Mô tả nội dung công việc

Thương lượng mua bán là bước quan trọng nhằm đi đến quyết định cuối cùng của khách hàng. Nhân viên bán hàng tiến hành trao đổi với khách về giá tour, thời gian khởi hành và các dịch vụ đi kèm theo nhu cầu cụ thể. Trong quá trình thương lượng, nhân viên cần giải thích rõ sự khác biệt giữa các mức giá, đồng thời giới thiệu các chương trình ưu đãi hoặc quà tặng phù hợp với từng đối tượng khách hàng.

Hoạt động thương lượng được thực hiện trên nguyên tắc đảm bảo quyền lợi cho cả khách hàng và doanh nghiệp, vừa tạo sự linh hoạt trong tư vấn vừa tuân thủ các chính sách giá của công ty.

b. Quy trình thực hiện

Quy trình thương lượng mua bán tại công ty được thực hiện theo các bước cụ thể như sau:

- Xác định ngân sách dự kiến mà khách hàng có thể chi trả.
- Đề xuất mức giá và gói dịch vụ phù hợp với nhu cầu của khách.
- Giới thiệu các chương trình ưu đãi hoặc quà tặng đi kèm (nếu có).
- Thương lượng giá tour trong phạm vi cho phép của công ty.
- Giải thích rõ sự khác biệt giữa các mức giá và dịch vụ tương ứng.
- Thống nhất các điều khoản mua bán với khách hàng.
- Xác nhận lại toàn bộ thông tin trước khi tiến hành chốt tour.



Hình 5. Tặng sim Thái Lan ưu đãi cho khách hàng mua tour Thái Lan bên công ty

c. Điều kiện và các yêu cầu khi thực hiện công việc

Để thương lượng mua bán đạt hiệu quả, nhân viên sale cần đáp ứng các yêu cầu sau:

- Nhân viên cần am hiểu giá tour, giá thị trường và chính sách công ty.
- Có kỹ năng thuyết phục và thương lượng linh hoạt.
- Biết giải thích rõ sự khác biệt giữa các mức giá và dịch vụ.
- Linh hoạt trong phạm vi cho phép nhưng không phá giá công ty.
- Đảm bảo quyền lợi hài hòa cho cả khách hàng và doanh nghiệp.

d. Kết quả

Hoạt động thương lượng mua bán được thực hiện tương đối hiệu quả, giúp tăng tỷ lệ khách hàng chốt tour và tối ưu doanh thu cho doanh nghiệp. Thông qua việc giải thích rõ các mức giá và quyền lợi tương ứng, khách hàng cảm thấy được tôn trọng và có nhiều lựa chọn phù hợp với ngân sách, từ đó hạn chế tình trạng khách bỏ giữa chừng vì giá.

e. Nhận xét

Nhân viên bán hàng có sự linh hoạt trong quá trình thương lượng và ngày càng hoàn thiện kỹ năng bán hàng. Tuy nhiên, với những khách hàng khó tính về giá, nhân viên vẫn cần sự hỗ trợ từ cấp trên để đưa ra quyết định phù hợp.

2.1.6 Kết thúc bán hàng

a. Mô tả nội dung công việc

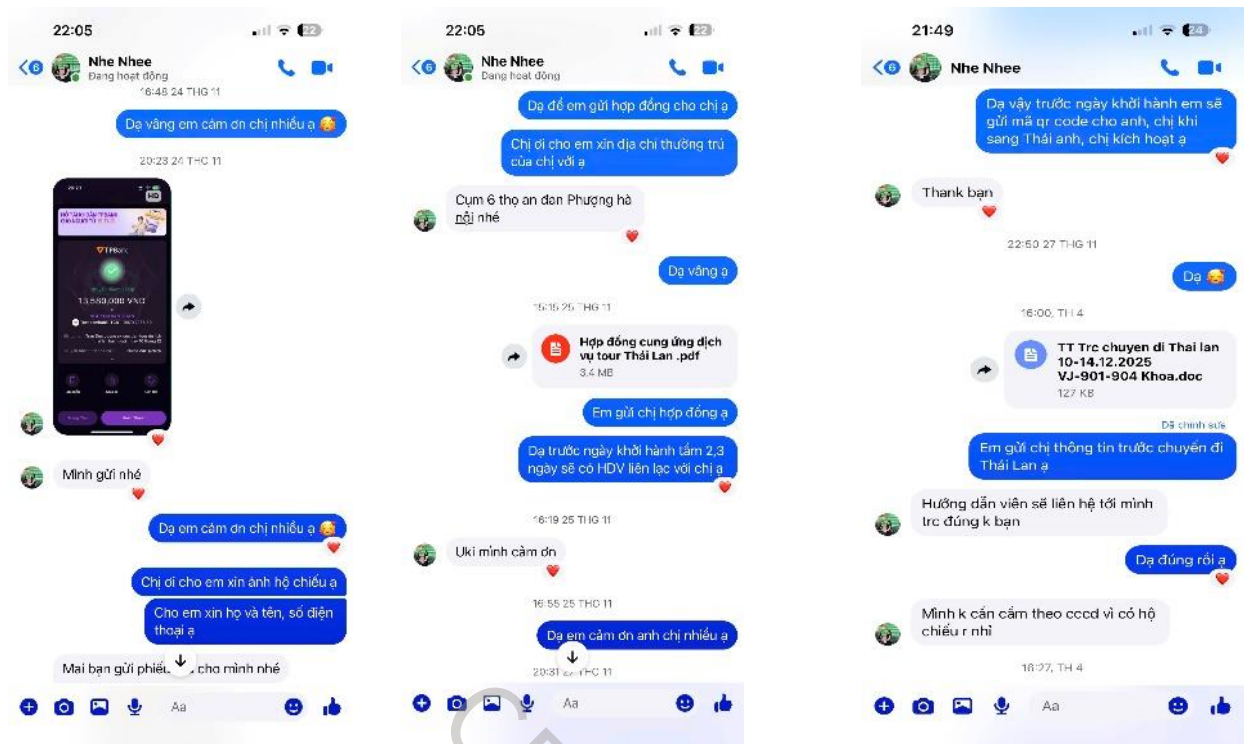
Sau khi khách hàng đồng ý sử dụng dịch vụ, nhân viên bán hàng tiến hành hoàn tất các thủ tục cần thiết để kết thúc quá trình bán hàng. Công việc này bao gồm việc xác nhận thông tin cá nhân của khách, dịch vụ đã đăng ký, mức giá và thời gian khởi hành. Đồng thời, nhân viên hướng dẫn khách thực hiện việc đặt cọc theo đúng quy định của công ty.

Bên cạnh đó, nhân viên còn có nhiệm vụ gửi hợp đồng, phiếu thu và lịch trình chi tiết cho khách hàng, đồng thời dặn dò các thông tin cần thiết trước ngày khởi hành như giấy tờ, hành lý và thủ tục tại sân bay.- Hoàn thiện thủ tục đặt tour cho khách

b. Quy trình thực hiện

Quy trình kết thúc bán hàng tại công ty được thực hiện theo các bước cụ thể như sau:

- Ghi nhận đầy đủ thông tin cá nhân của khách hàng.
- Xác nhận lại chương trình tour, dịch vụ và giá đã thống nhất.
- Thực hiện thu cọc theo đúng quy định của công ty.
- Gửi hợp đồng, phiếu thu và phiếu xác nhận tour cho khách.
- Cung cấp lịch trình chi tiết và thông tin hợp đoàn.
- Nhắc nhở khách chuẩn bị giấy tờ cá nhân và hành lý trước ngày khởi hành.
- Hướng dẫn khách các thủ tục cần thiết tại sân bay.



Hình 6. Thu cọc, gửi hợp đồng khách và thông tin hợp đoàn trước khởi hành

c. Điều kiện và các yêu cầu khi thực hiện công việc

Để kết thúc bán hàng đạt hiệu quả, nhân viên sale cần đáp ứng các yêu cầu sau:

- Thông tin khách hàng cần được xác nhận chính xác tuyệt đối.
- Thông báo rõ ràng chính sách thanh toán, hủy và đi tour.
- Giao tiếp nhẹ nhàng, lịch sự và chuyên nghiệp
- Thực hiện đúng quy định bán hàng của công ty.

d. Kết quả

Khâu kết thúc bán hàng được thực hiện khá chặt chẽ, giúp khách hàng yên tâm hơn trước chuyến đi. Việc xác nhận đầy đủ thông tin, gửi hợp đồng và hướng dẫn khách chuẩn bị trước ngày khởi hành góp phần hạn chế sai sót trong quá trình điều hành tour và nâng cao chất lượng dịch vụ của công ty.

e. Nhận xét

Nhìn chung, công tác kết thúc bán hàng được thực hiện tốt và đúng quy trình. Tuy nhiên, trong những giai đoạn cao điểm, công ty cần cải thiện tốc độ xử lý và gửi hợp đồng điện tử để đáp ứng kịp thời nhu cầu của khách hàng

2.1.7 Theo dõi và cập nhật dữ liệu

a. Mô tả nội dung công việc

Sau khi hoàn tất giao dịch, thông tin của khách hàng được lưu trữ và cập nhật vào hệ thống quản lý dữ liệu của công ty. Nhân viên bán hàng có trách nhiệm theo dõi tình trạng của khách hàng, phân loại theo từng nhóm như khách tiềm năng, khách đã chốt tour hoặc khách không có nhu cầu tại thời điểm hiện tại.

Việc theo dõi và cập nhật dữ liệu giúp công ty thuận lợi hơn trong công tác chăm sóc khách hàng cũ, giới thiệu các chương trình tour mới và xây dựng mối quan hệ lâu dài với khách hàng.

b. Quy trình thực hiện

Quy trình theo dõi và cập nhật dữ liệu tại công ty được thực hiện theo các bước cụ thể như sau:

- Ghi nhận và lưu trữ thông tin khách hàng sau mỗi buổi tư vấn hoặc giao dịch.
- Cập nhật trạng thái khách hàng (tiềm năng, đang tư vấn, đã chốt, không có nhu cầu).
- Sắp xếp và phân loại dữ liệu khách hàng để thuận tiện cho việc quản lý.

- Theo dõi khách hàng cũ để chủ động giới thiệu các chương trình tour mới.
- Định kỳ liên hệ hỏi thăm và chăm sóc khách hàng.
- Cập nhật dữ liệu thường xuyên nhằm tránh thất thoát thông tin.

c. Điều kiện và các yêu cầu khi thực hiện công việc

Để theo dõi và cập nhật dữ liệu đạt hiệu quả, nhân viên sale cần đáp ứng các yêu cầu sau:

- Nhân viên cần thành thạo Excel hoặc các công cụ quản lý dữ liệu
- Cập nhật thông tin khách hàng đầy đủ, chính xác và thường xuyên.
- Phân loại khách hàng theo từng nhóm trạng thái
- Đảm bảo bảo mật thông tin khách hàng theo quy định của công ty.

d. Kết quả

Việc theo dõi và cập nhật dữ liệu khách hàng giúp doanh nghiệp quản lý thông tin hiệu quả, giảm thiểu tình trạng thất thoát dữ liệu và hỗ trợ tốt cho công tác chăm sóc khách hàng. Nhờ đó, công ty có thể duy trì mối quan hệ với khách hàng cũ và tăng tỷ lệ khách hàng quay lại sử dụng dịch vụ trong tương lai

e. Nhận xét

Công tác quản lý dữ liệu khách hàng được thực hiện khá tốt và mang lại hiệu quả rõ rệt cho hoạt động bán hàng. Tuy nhiên, vào một số thời điểm cao điểm, việc cập nhật thông tin còn chậm, do đó cần duy trì ghi chép đầy đủ và thường xuyên hơn.

2.2. Đánh giá về công tác bán hàng tại công ty TNHH dịch vụ du lịch Thiên Dương

2.2.1. Ưu điểm

Quy trình bán hàng được xây dựng tương đối bài bản, có các bước cụ thể từ tiếp cận khách hàng, tư vấn, chốt dịch vụ đến chăm sóc sau bán, giúp nhân viên dễ dàng thực hiện và hạn chế sai sót.

Đội ngũ nhân viên bán hàng có thái độ làm việc tích cực, nhiệt tình trong quá trình tư vấn, sẵn sàng giải đáp thắc mắc và hỗ trợ khách hàng trong suốt quá trình tìm hiểu tour.

Nhân viên có khả năng giao tiếp tốt, sử dụng ngôn ngữ lịch sự, thân thiện, góp phần tạo thiện cảm và xây dựng mối quan hệ tốt với khách hàng.

Thông tin về các chương trình tour được chuẩn bị khá đầy đủ và chi tiết như giá tour, lịch trình, phương tiện di chuyển, dịch vụ đi kèm, giúp khách hàng dễ dàng so sánh và đưa ra quyết định.

Công ty chủ động khai thác các kênh bán hàng trực tuyến như Facebook, Zalo, TikTok..., góp phần mở rộng phạm vi tiếp cận khách hàng và nâng cao hiệu quả quảng bá sản phẩm du lịch.

Hoạt động chăm sóc khách hàng sau bán được chú trọng, nhân viên thường xuyên hỏi thăm, tiếp nhận phản hồi của khách để cải thiện chất lượng dịch vụ.

Dữ liệu khách hàng được lưu trữ và cập nhật khá đầy đủ, tạo điều kiện thuận lợi cho việc chăm sóc khách hàng cũ và triển khai các chương trình ưu đãi trong tương lai.

Ban lãnh đạo công ty có sự quan tâm và hỗ trợ kịp thời đối với hoạt động bán hàng, tạo điều kiện cho nhân viên hoàn thành tốt công việc được giao.

2.2.2. Nhược điểm

Nội dung tư vấn giữa các nhân viên chưa thực sự thống nhất, dẫn đến việc khách hàng đôi khi nhận được thông tin chưa đồng nhất về giá tour hoặc dịch vụ đi kèm

Kỹ năng xử lý các tình huống phát sinh, khiếu nại hoặc phản hồi tiêu cực của khách hàng còn phụ thuộc nhiều vào sự hỗ trợ của cấp trên, nhân viên chưa thật sự chủ động.

Hoạt động marketing và quảng bá tour trên các nền tảng mạng xã hội chưa được triển khai thường xuyên và đồng đều, đặc biệt trong mùa thấp điểm.

Chưa có nhiều chương trình khuyến mãi hoặc chính sách ưu đãi riêng dành cho khách hàng thân thiết, làm giảm khả năng giữ chân khách hàng lâu dài.

Công tác đào tạo và bồi dưỡng kỹ năng bán hàng cho nhân viên chưa được tổ chức định kỳ, chủ yếu dựa vào kinh nghiệm cá nhân.

Việc phối hợp giữa bộ phận bán hàng và các bộ phận khác đôi lúc chưa thật ự chặt chẽ, gây ảnh hưởng đến tiến độ xử lý yêu cầu của khách hàng.

KẾT LUẬN CHƯƠNG 2

Qua quá trình tìm hiểu và quan sát thực tế tại Công ty TNHH Dịch vụ Du lịch Thiên Dương, có thể thấy rằng công tác bán hàng giữ vai trò hết sức quan trọng, góp phần trực tiếp vào hiệu quả kinh doanh cũng như hình ảnh thương hiệu của doanh nghiệp. Các hoạt động bán hàng tại công ty được triển khai tương đối đầy đủ và theo trình tự rõ ràng, từ tiếp cận khách hàng, tìm hiểu nhu cầu, giới thiệu sản phẩm, xử lý phản hồi, thương lượng – chốt sales đến theo dõi và lưu trữ dữ liệu khách hàng.

Nhìn chung, các bước trong quy trình được thực hiện khá chuyên nghiệp. Nhân viên sale chủ động trong việc tìm nguồn khách, chăm sóc nhanh, tư vấn đúng trọng tâm

và luôn cung cấp thông tin đầy đủ về tour. Các hoạt động như đăng bài quảng bá, sử dụng mạng xã hội, gửi nội dung hình ảnh – video giúp khách hàng hiểu rõ chương trình du lịch và tăng khả năng chuyển đổi. Bên cạnh đó, việc cập nhật dữ liệu khách hàng được duy trì thường xuyên, hỗ trợ hiệu quả cho công tác chăm sóc và khai thác khách hàng cũ, từ đó nâng cao tỉ lệ khách quay lại.

Tuy nhiên, công tác bán hàng vẫn tồn tại một số hạn chế cần khắc phục. Một số nội dung tư vấn giữa các nhân viên chưa thật sự đồng nhất; kỹ năng xử lý phản hồi đôi khi vẫn còn phụ thuộc vào ý kiến cấp trên, dẫn đến chậm trễ. Ngoài ra, tần suất đăng bài quảng bá trên các nền tảng mạng xã hội vẫn chưa thật đều, gây ảnh hưởng đến khả năng tiếp cận khách mới trong giai đoạn thấp điểm.

Như , công tác bán hàng tại Công ty TNHH Dịch vụ Du lịch Thiên Dương đang được vận hành tương đối hiệu quả, thể hiện qua thái độ làm việc tích cực của nhân viên, quy trình rõ ràng và mức độ hài lòng của khách hàng. Tuy vậy, công ty vẫn cần tiếp tục cải thiện tính thống nhất trong tư vấn, nâng cao kỹ năng xử lý tình huống và đẩy mạnh truyền thông online để tối ưu hiệu quả bán hàng trong thời gian tới.

CHƯƠNG 3: BÀI HỌC KINH NGHIỆM VỀ CÔNG TÁC BÁN HÀNG TẠI CÔNG TY TNHH DỊCH VỤ DU LỊCH THIÊN DƯƠNG

3.1. Những điểm giống và khác nhau giữa lý thuyết và thực tiễn về công tác bán hàng tại công ty TNHH dịch vụ du lịch Thiên Dương

3.1.1. Những điểm giống nhau

a. Quy trình thực hiện

Trong lý thuyết, bán hàng được mô tả qua các bước cơ bản như: tiếp cận khách hàng, tìm kiếm khách hàng tiềm năng, trình bày giới thiệu sản phẩm, ứng xử và phản hồi, thương lượng và mua bán, kết thúc bán hàng, theo dõi và chăm sóc. Khi đi thực tập, em nhận thấy quy trình tại Công ty Du lịch Thiên Dương cũng được tổ chức tương tự.

Nhân viên sales thường bắt đầu bằng việc truy cập các nguồn khách như Facebook cá nhân, fanpage công ty, đơn hàng từ bộ phận marketing hoặc khách cũ. Sau khi tìm được khách tiềm năng, nhân viên sẽ chủ động nhắn tin, gọi điện để tư vấn chi tiết về lịch trình, giá tour, dịch vụ kèm theo. Khi khách đồng ý, sales tiến hành giữ chỗ, gửi thông tin thanh toán, xác nhận dịch vụ và ghi nhận dữ liệu trên hệ thống. Cuối cùng, sau khi kết thúc tour, nhân viên sẽ gọi điện hỏi thăm, xin feedback và chăm sóc khách để tăng khả năng khách quay lại.

Quy trình thực hiện giữa lý thuyết và thực tế có sự thống nhất về cấu trúc, giúp em dễ dàng nắm bắt công việc.

b. Điều kiện và các yêu cầu khi thực hiện công việc

Lý thuyết nhấn mạnh tầm quan trọng của kỹ năng giao tiếp, kiến thức sản phẩm, khả năng thuyết phục và xử lý tình huống - tất cả đều đúng khi áp dụng vào thực tế. Công ty Thiên Dương luôn yêu cầu nhân viên nắm chắc lịch trình tour, giá cả, điều kiện áp dụng, chính sách hủy, quy định của đối tác,... nhằm tránh tư vấn sai gây ảnh hưởng đến uy tín doanh nghiệp.

Ngoài ra, tính cẩn thận và sự chủ động được yêu cầu cao, đúng như trong bài học đã đề cập.

c. Kết quả

Trong cả lý thuyết và thực tế, hiệu quả công tác bán hàng đều đo bằng hai yếu tố chính: doanh thu và sự hài lòng của khách hàng. Công ty áp dụng KPI rõ ràng cho nhân viên sales, đồng thời đánh giá dựa trên phản hồi của khách sau tour. Điều này hoàn toàn trùng khớp với các nội dung học hiệu quả bán hàng.

3.1.2. Những điểm khác nhau

a. Quy trình thực hiện

Dù cơ bản giống nhau, nhưng khi triển khai thực tế, quy trình bán tour phức tạp hơn nhiều so với lý thuyết.

Trong môi trường du lịch, số lượng bước con rất nhiều, chẳng hạn như:

- Kiểm tra tình trạng vé máy bay theo từng ngày giờ cụ thể

- So sánh giá phòng khách sạn ở nhiều hệ thống
- Kiểm soát số lượng khách tối thiểu để mở đoàn
- Làm việc với điều hành để xác nhận dịch vụ
- Tối ưu lịch trình theo yêu cầu riêng của từng nhóm khách

Những yếu tố này thường không được mô tả trong giáo trình, khiến em nhận ra rằng lý thuyết chỉ mang tính định hướng, trong khi thực tiễn luôn linh hoạt và thay đổi theo từng tình huống.

b. Điều kiện và các yêu cầu khi thực hiện công việc

Trong thực tế, nhân viên sales phải chịu áp lực thay đổi liên tục về giá tour, chính sách hàng không, mùa cao điểm – thấp điểm. Điều này khiến họ phải cập nhật thông tin hằng ngày, thậm chí hằng giờ.

Ngoài ra, thực tế đòi hỏi nhân viên phải biết sử dụng mạng xã hội để đăng bài bán hàng, chỉnh sửa ảnh – video để làm truyền thông, viết nội dung hấp dẫn để thu hút khách, theo dõi tin nhắn ở nhiều nền tảng (Facebook, Zalo, TikTok)

Trong khi đó, lý thuyết về bán hàng không đề cập sâu đến mảng social media – một công cụ bắt buộc trong ngành du lịch hiện nay.

c. Kết quả

Kết quả thực tế chịu ảnh hưởng của thị trường, điều kiện thời tiết, phản hồi trên mạng xã hội, mức độ uy tín của công ty và cả yếu tố cạnh tranh. Do đó, cùng một nhân viên, cùng cách làm, nhưng hiệu quả giữa các tháng có thể khác nhau rất nhiều. Điều này khác với lý thuyết vốn nhấn mạnh sức ảnh hưởng chủ yếu từ kỹ năng cá nhân.

3.2. Bài học kinh nghiệm của bản thân

a. Kỹ năng giao tiếp và tư vấn khách hàng

Giao tiếp là yếu tố quyết định việc khách có lựa chọn tour của công ty hay không. Em học được cách lắng nghe nhu cầu thực sự của khách thay vì nói quá nhiều, đặt câu hỏi khéo léo để hiểu được ngân sách, sở thích, thời gian, trình bày thông tin rõ ràng, ngắn gọn, dễ hiểu, giữ thái độ thân thiện, niềm nở để tạo thiện cảm

Đặc biệt, em nhận ra rằng khách du lịch rất thích sự tư vấn chân thành. Nếu tour công ty không phù hợp, đôi khi em vẫn gợi ý lựa chọn khác để khách cảm thấy được tôn trọng và tin tưởng.

b. Kỹ năng đăng bài và xây dựng nội dung bán hàng

Trong thời gian thực tập, em được giao nhiệm vụ đăng bài tour trên Facebook, chỉnh sửa caption, thiết kế hình ảnh đơn giản. Qua đó, em học được:

Cách viết nội dung có kêu gọi inbox, đặt tour

Cách chọn hình ảnh bắt mắt, màu sắc phù hợp

Cách đăng bài vào giờ vàng để tăng tương tác

Cách trả lời comment – inbox nhanh trong vòng 5 phút

Việc xây dựng nội dung bán hàng là kỹ năng thực tế mà lý thuyết không dạy nhiều nhưng lại cực kỳ quan trọng trong môi trường cạnh tranh hiện nay.

c. Kỹ năng làm việc nhóm và phối hợp

Để bán được tour, sales không thể làm việc một mình mà phải phối hợp chặt chẽ với điều hành tour, bộ phận kế toán, marketing. Em học được giá trị của việc trao đổi thông tin rõ ràng để tránh nhầm lẫn, hỗ trợ đồng nghiệp khi cần để đảm bảo tiến độ, tôn trọng trách nhiệm của từng bộ phận, giữ tinh thần hợp tác thay vì cạnh tranh không lành mạnh

Nhờ làm việc nhóm, em hiểu rằng môi trường du lịch cần sự đoàn kết thì khách hàng mới nhận được dịch vụ trọn vẹn.

d. Kỹ năng xử lý tình huống

Trong thực tế, không hiếm khi xảy ra các tình huống khiến sales bị động như: tour hết chỗ, khách hoàn tiền, khách đòi đổi lịch, vé máy bay tăng giá,... Qua những trường hợp này, em học được cách bình tĩnh tiếp nhận vấn đề, trình bày rõ ràng lý do và xin lỗi khách, đưa ra giải pháp thay thế tối ưu nhất, giữ sự mềm mỏng nhưng kiên định khi giải thích chính sách.

Những kỹ năng này giúp em trưởng thành hơn và biết cách xử lý khi gặp sự cố trong công việc.

e. Thái độ trong công tác bán hàng

Ngoài kỹ năng, thái độ là yếu tố quan trọng quyết định hiệu quả bán hàng. Em rút ra rằng người làm sales du lịch phải luôn nhiệt tình, chủ động, trung thực khi tư vấn dịch vụ, tôn trọng khách hàng, tinh thần trách nhiệm cao, luôn học hỏi để hoàn thiện bản thân

Nhờ vậy, khách hàng cảm thấy yên tâm hơn khi đặt tour và dễ trở thành khách hàng trung thành.

3.3. Đề xuất, kiến nghị với nhà trường khi tổ chức giảng dạy công tác bán hàng

a. Tăng cường liên kết với doanh nghiệp du lịch

Nhà trường nên tổ chức thêm:

- Các buổi tham quan doanh nghiệp lữ hành
- Các buổi workshop cùng chuyên gia trong ngành
- Các dự án mô phỏng tình huống thực tế

Những hoạt động này giúp sinh viên sớm tiếp cận thực tiễn, hiểu rõ yêu cầu nghề nghiệp và chuẩn bị kỹ năng trước khi đi làm.

b. Bổ sung học phần về marketing online và kỹ năng sử dụng mạng xã hội
Hiện nay, phần lớn doanh số tour đến từ online. Vì vậy, chương trình học nên bổ sung:

- Kỹ năng viết content du lịch
- Kỹ thuật đăng bài, chạy quảng cáo cơ bản
- Cách xây dựng thương hiệu cá nhân trên mạng xã hội
- Cách phân tích hành vi khách hàng online
- Sử dụng các công cụ như Canva, CapCut

Những kỹ năng này giúp sinh viên dễ dàng hòa nhập vào môi trường làm việc hiện đại và bắt kịp xu hướng.

KẾT LUẬN CHƯƠNG 3

Qua quá trình so sánh giữa lý thuyết đã được học tại nhà trường và thực tiễn công tác bán hàng tại Công ty TNHH Dịch vụ Du lịch Thiên Dương, em nhận thấy rằng lý thuyết đóng vai trò là nền tảng định hướng, trong khi thực tiễn lại mang tính linh hoạt và chịu tác động mạnh mẽ từ thị trường, khách hàng và các yếu tố bên ngoài. Việc trực tiếp tham gia vào quy trình bán tour giúp em hiểu rõ hơn cách kiến thức chuyên môn được vận dụng trong môi trường làm việc thực tế, đồng thời nhận ra những điểm khác biệt nhất định so với nội dung trong giáo trình.

Thông qua thời gian thực tập, em đã tích lũy được nhiều bài học kinh nghiệm quý báu, đặc biệt là về kỹ năng giao tiếp và tư vấn khách hàng, kỹ năng xây dựng nội dung bán hàng trên nền tảng mạng xã hội, khả năng phối hợp làm việc nhóm và kỹ năng xử lý các tình huống phát sinh trong quá trình bán tour. Bên cạnh đó, em cũng nhận thức rõ vai trò quan trọng của thái độ nghề nghiệp, sự chủ động, tinh thần trách nhiệm và tính trung thực trong việc xây dựng niềm tin và sự hài lòng của khách hàng.

Ngoài ra, từ thực tế công việc tại doanh nghiệp, em nhận thấy rằng ngành du lịch hiện nay đòi hỏi người làm bán hàng không chỉ nắm vững kiến thức chuyên môn mà còn phải thường xuyên cập nhật xu hướng, đặc biệt là trong lĩnh vực marketing online và ứng dụng công nghệ số. Điều này đặt ra yêu cầu nhà trường cần tiếp tục đổi mới và bổ sung chương trình đào tạo theo hướng gắn kết chặt chẽ hơn với thực tiễn ngành nghề, giúp sinh viên nâng cao khả năng thích nghi và sẵn sàng làm việc ngay sau khi tốt nghiệp.

Vì vậy, chương 3 không chỉ giúp em nắm vững những kiến thức đã học thông qua thực tế mà còn là cơ sở để em tự đánh giá, hoàn thiện bản thân và định hướng rõ ràng hơn cho con đường nghề nghiệp trong tương lai. Những bài học rút ra trong

quá trình thực tập tại Công ty TNHH Dịch vụ Du lịch Thiên Dương sẽ là hành trang quan trọng, giúp em tự tin hơn khi bước vào môi trường làm việc chuyên nghiệp

KẾT LUẬN CHUNG

Xu hướng phát triển của hoạt động bán tour du lịch: Trong những năm gần đây, cùng với sự phát triển của đời sống xã hội, nhu cầu du lịch của người dân ngày càng tăng. Hoạt động bán tour du lịch vì vậy trở thành một mắt xích quan trọng trong chuỗi cung ứng dịch vụ du lịch, góp phần kết nối khách hàng với các điểm đến, sản phẩm và trải nghiệm du lịch đa dạng.

Ý nghĩa của công tác bán hàng đối với doanh nghiệp du lịch: Công tác bán hàng không chỉ quyết định đến doanh thu mà còn ảnh hưởng trực tiếp đến uy tín và hình ảnh của doanh nghiệp trên thị trường. Việc tư vấn đúng nhu cầu, cung cấp thông tin rõ ràng và chăm sóc khách hàng chu đáo sẽ giúp doanh nghiệp tạo dựng được lòng tin, nâng cao mức độ hài lòng và duy trì mối quan hệ lâu dài với khách hàng.

Những yêu cầu đặt ra trong bối cảnh hiện nay: Thị trường du lịch ngày càng cạnh tranh, đòi hỏi các doanh nghiệp phải không ngừng nâng cao chất lượng dịch vụ, cải tiến quy trình bán tour và cập nhật xu hướng mới. Nhân viên bán hàng cần trang bị đầy đủ kiến thức về sản phẩm, kỹ năng giao tiếp, xử lý tình huống cũng như khả năng ứng dụng công nghệ và mạng xã hội trong hoạt động bán hàng.

Định hướng và giải pháp: Để hoạt động bán tour đạt hiệu quả cao, các công ty du lịch cần chú trọng đào tạo nguồn nhân lực, xây dựng quy trình bán hàng thống nhất, đồng thời đẩy mạnh hoạt động marketing trực tuyến. Việc đa dạng hóa sản phẩm tour, cá nhân hóa dịch vụ theo từng nhóm khách hàng và lắng nghe phản hồi của khách sẽ giúp doanh nghiệp nâng cao năng lực cạnh tranh và phát triển ổn định.

Tóm lại, công tác bán tour du lịch là hoạt động có vai trò quan trọng và mang tính quyết định đối với sự phát triển của doanh nghiệp du lịch. Trong bối cảnh thị trường luôn biến động, sự chủ động, linh hoạt và lấy khách hàng làm trung tâm sẽ là yếu tố then chốt giúp hoạt động bán hàng đạt hiệu quả và hướng đến sự phát triển bền vững.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- *Sách điện tử môn Kỹ năng bán dịch vụ du lịch*
- *Tài liệu trên internet*

PHỤ LỤC

CÔNG TY TNHH DỊCH VỤ DU LỊCH
THIÊN DƯƠNG

CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM
Độc Lập – Tự Do – Hạnh Phúc

HỢP ĐỒNG CUNG CẤP DỊCH VỤ

Số: HDDL03032025/HĐCCDV/2025

- Căn cứ Bộ Luật dân sự số 33/2005/QH11 ngày 14/06/2015 và các văn bản hướng dẫn thi hành;
- Căn cứ vào Luật Du Lịch số 14/2005/L/CTN ngày 27/06/2005
- Căn cứ vào khả năng và yêu cầu của 2 bên

Hôm nay ngày 25 tháng 11 năm 2025 tại Hà Nội, chúng tôi gồm:

1. Bên A : BÙI THỊ NHỆ

Địa chỉ : Cụm 6, Thợ An, Đan Phượng, Hà Nội

Điện thoại : 0395818264

2. Bên B : CÔNG TY TNHH DỊCH VỤ DU LỊCH THIÊN DƯƠNG – CHI NHÁNH ĐÀ NẴNG

Địa chỉ : 287 Nguyễn Sinh Sắc, phường Hoà Khánh, TP. Đà Nẵng

Điện Thoại : 0789333552

Mã Số Thuế : 0313915213-001

Số Giấy Phép Lữ Hành Quốc Tế : 79-951/2018 TCDL-GPLHQ

Tên Chủ Tài Khoản: CÔNG TY TNHH DỊCH VỤ DU LỊCH THIÊN DƯƠNG

Số tài Khoản : 19032422521001 – Techcombank Đà Nẵng

Đại diện bởi : Ông Trần Anh Khoa

Chức vụ: Giám Đốc

Sau khi thỏa thuận, hai bên thống nhất ký kết hợp đồng du lịch với các nội dung sau đây:

ĐIỀU 1: NỘI DUNG HỢP ĐỒNG

Bên A đồng ý cho bên B cung cấp và thực hiện tất cả các dịch vụ cho chương trình
“DU LỊCH THÁI LAN 5 NGÀY 4 ĐÊM”

Thời gian: Từ ngày 10/12/2025 đến 14/12/2025 tại Thái Lan bao gồm các dịch vụ:
(Chương trình Tour + Danh sách khách đính kèm)

GIÁ TOUR BAO GỒM:

- Vé máy bay khứ hồi HÀ NỘI – BANGKOK – HÀ NỘI hãng hàng không VietjetAir (tùy ngày quý khách chọn: ngày khởi hành - hãng bay - giờ bay theo lịch khởi hành bên trên).
- Hành lý 07kg xách tay + 10kg hành lý ký gửi. Đã bao gồm các loại thuế phí xăng dầu, an ninh phí trường hai nước...
- Xe ô tô máy lạnh phục vụ riêng cho đoàn suốt tuyến
- Khách sạn Chuẩn 4, 5 **** Thái Lan, tiêu chuẩn 02 khách người lớn/ 1 phòng, trẻ em ngủ chung giường với người lớn. Trường hợp khách đi lẻ một mình (phải báo trước lúc đăng ký tour) Cty sắp xếp quý khách ngủ ghép với khách đi lẻ khác chung đoàn hoặc bạn trưởng đoàn - cùng giới tính (phòng khách lẻ: 2 hoặc tối đa 3 khách). Hoặc sẽ phụ thu phòng đơn nếu quý khách muốn ngủ một mình một phòng suốt tour.

Hợp đồng cung cấp dịch vụ của công ty và khách hàng

HÀ NỘI – BANGKOK – PATTAYA – HÀ NỘI

Thời gian: 5 ngày – 4 đêm

Hàng không Vietjet Air

NGÀY 01: HÀ NỘI – BANGKOK – PATTAYA (Ăn tối)

08h15: Xe và hướng dẫn viên đón đoàn tại điểm hẹn, đưa đoàn ra sân bay Nội Bài đáp chuyến bay VJ901(12H15-14H05) đi Bangkok.

Đến sân bay Bangkok, Quý khách khởi hành đi Pattaya.

- ✦ **Đôi vụng cảnh:** tầm nhìn ở đôi vụng cảnh Pattaya chính là 1 góc thành phố biển Pattaya và đường cong xinh đẹp của bãi biển Jomtien cùng mặt nước biển xanh thăm thẳm mà ta thường thấy trong những tấm ảnh quảng bá về Pattaya.
- ✦ Thưởng thức cà phê phủ vàng + bánh ngọt theo phong cách Hoàng Gia Thái Lan- chỉ có tại TP không ngủ Pattaya



Đoàn ăn tối BBQ tại nhà hàng.

Sau đó, du khách tự do khám phá phố đi bộ Walking Street thành phố “ma quỷ” theo dùng nghĩa bóng là thành phố không ngủ, với hệ thống hàng nghìn quán Bar, nhà hàng, những quán massage đặc sản của Thailand, những món ăn đường phố đa dạng phong phú và độc đáo. Thật sự là trải nghiệm vô cùng thú vị với quý khách.

Nghỉ đêm tại Pattaya

NGÀY 02: PATTAYA (Ăn sáng, trưa, tối)

Sáng: Sau bữa sáng, hướng dẫn viên đưa du khách:

- ✦ Lên tàu cao tốc du thuyền ra **Đảo Coral** xem san hô, xem biểu diễn dù bay, đua Cano tân tiến nhất (nếu có nhu cầu tham gia, Quý khách sẽ tự mua vé).

Đoàn tự do tắm biển, tham gia các trò chơi trên bãi biển,

Quay trở về khách sạn dùng bữa trưa.

Đoàn tiếp tục hành trình thăm quan:

- ✦ **Bảo Tàng Quốc Tế Trầm Hương** - nơi mang lại cho khách thăm quan hiểu sâu hơn thêm các kiến thức quý về giá trị các sản phẩm liên quan đến sức khỏe, phong thủy ... vào đời sống thực tại.
- ✦ Tham quan và tìm hiểu cách phòng và hỗ trợ điều trị các bệnh liên quan đến cột sống, tăng cường thể lực, cải thiện tuổi thọ con người, nâng cao giá trị cuộc sống thiết yếu tại “Trung Tâm Nghiên Cứu Giắc Ngủ Hoàng Gia” - Morden Latex, là phân viện nghiên cứu các sản phẩm hỗ trợ giấc ngủ Modern Latex Hoàng Gia Thái Lan.
- ✦ **Thăm chợ nổi Pattaya**, một khu chợ độc đáo của xứ Chùa Vàng. Những mặt hàng được bày bán ở đây rất đa dạng nhưng hấp dẫn nhất vẫn là những món ăn vật đường phố hấp dẫn cùng những chiếc thuyền đầy ắp hoa quả tươi ngon luôn là những mặt hàng hấp dẫn khách du lịch.
- ✦ **Khao Chee Chan - Trăn Bảo Phật Sơn:** Tượng Phật Thích Ca Mâu Ni đang ngồi thiền được tạc trên một vách núi giữa trời. Sự độc đáo của bức tượng Phật lớn này là được khắc nổi bằng vàng ròng 24 kara, cao 130 m, rộng hơn 70m, được xây dựng vào năm 1996, nhân dịp Quốc vương RaMa IX trị vì vương quốc Thái Lan được 50 năm.



Chương trình du lịch của công ty

Thông tin trước chuyến đi chương trình:

BANGKOK – PATTAYA

Thời gian: 10/12/2025 – 14/12/2025

Phương tiện: Hãng không Vietjet Air

Sử dụng hộ chiếu còn hạn 06 tháng trở lên tính đến ngày trở về

Mã vùng điện thoại Thái Lan: 0066

1/ LỊCH KHỞI HÀNH

- Ngày : 10/12/2025
- Thời gian :
+ 08h15 Cửa Ga Hà Nội, Số 120 đường Lê Duẩn (đối diện đường Trần Hưng Đạo)
+ 09h15 tại nhà ga T2, sân bay Quốc tế Nội Bài

2/ THÔNG TIN CHUYẾN BAY

Chuyến bay	Ngày	Hành trình	Giờ bay
VJ901	10/12/2025	HAN - BKK	12h15 – 14h05
VJ904	14/12/2025	BKK - HAN	18h35 - 20h25

3/ HƯỚNG DẪN VIÊN & ĐIỀU HÀNH

- HDV từ Việt Nam : Mr Khoa - 0942122911

4/ THỦ TỤC SÂN BAY

- Quy định hàng không: Đoàn phải có mặt tại sân bay trước 3 tiếng để kịp làm thủ tục xuất nhập cảnh.
- Hộ chiếu còn giá trị 6 tháng kể từ ngày về và mang theo hộ chiếu gốc (Không cần mang theo chứng minh thư nhân dân)

- ✓ **Trẻ em dưới 15(chưa có CCCD) tuổi phải đi cùng Cha/ Mẹ, Người giám hộ, Người đại diện hợp pháp và mang thêm giấy khai sinh của bé. Trường hợp Người đi cùng không phải Cha/ Mẹ/ Người giám hộ thì người đi cùng phải có "Giấy ủy quyền hợp pháp" từ Cha/ Mẹ/ Người giám hộ kèm thêm giấy khai sinh của bé.**

- Khách sử dụng hộ chiếu công vụ và hộ chiếu ngoại giao khi đi mang theo quyết định gốc.
- Hầu hết các tờ khai đã được công ty khai sẵn, Quý khách cần giữ lại tất cả giấy tờ đã được phát sau khi làm thủ tục xuất nhập cảnh.
- Đối với khách Việt Kiều hoặc người nước ngoài thì khi đi phải mang theo tờ khai Hải quan đã vào Việt Nam lần 1, mang theo thị thực rời, vì khách cần nhập cảnh khi quay về Việt Nam. Lưu ý: hộ chiếu phải có visa nhập cảnh trở lại Việt Nam.
- Các thành viên mang quá 5.000 USD phải khai báo Hải quan. Đối với các đồ vật quý giá trên 300 USD như: camera, máy chụp ảnh cơ loại lớn, phải khai báo với Hải quan.
- Không mang theo tài liệu mật, tài liệu nội bộ, tài liệu Quốc gia (đặc biệt là tài liệu có đóng dấu đỏ) khi đi nước ngoài.
- Vali và hành lý nên đề tên và địa chỉ rõ ràng để tránh nhầm lẫn và thất lạc khi vận chuyển.

Mỗi hành khách được phép mang theo 02 kiện hành lý: 01 kiện hành lý xách tay và 01 kiện hành lý ký gửi (**Nếu vé đã gồm hành lý ký gửi**), cụ thể như sau:

4.1 Đối với hành lý xách tay:

- Hành khách hạng Phổ thông được phép mang 01 kiện hành lý xách tay.
- Mỗi kiện hành lý xách tay có trọng lượng không vượt quá 7 kg và có tổng kích thước ba chiều không vượt quá 115 cm (tương ứng 56cm x 36cm x 23cm)

❖ **Các vật dụng bị hạn chế vận chuyển, không để trong hành lý xách tay**

Những vật dụng sở hữu của hành khách có thể được coi như vũ khí hoặc những vật dụng nguy hiểm bao gồm:

Gửi thông tin trước chuyến đi cho khách hàng

Vietnam

Đà Nẵng City Tour

CHƯƠNG TRÌNH TOUR

9h00: Xe và hướng dẫn viên đón khách theo điểm hẹn khởi hành tham quan thành phố Đà Nẵng. Trên đường đi quý khách sẽ được nghe thuyết minh về các tuyến đường phố, bãi biển Mỹ Khê, resort 5 sao, sân bay nước mặn.

9h30: Tham quan Làng nghề điêu khắc đá Non Nước, Tháp Xà Lội, viếng Chùa Linh Ứng I, đồng Tàng Chôn, đồng Huyền Không, Chùa Tam Thai và lên Vọng Giang Đài nơi có kính Viễn Vọng để thăm nhận 5 ngọn núi Kim, Mộc, Thủy, Hỏa, Thổ cũng như toàn cảnh sông Cù Cô, làng đá mỹ nghệ Non Nước.

11h00: Xe đưa Quý khách hành trình thăm quan chùa Linh Ứng Bãi Bụt - ngôi chùa lớn nhất của thành phố Đà Nẵng, chiêm ngưỡng Tượng Phật Quan Thế Âm Bồ Tát cao nhất Việt Nam 67m.

12h00: Ăn trưa tại nhà hàng. Nghỉ ngơi tự do.

13h00: Đoàn tiếp tục tham quan chụp hình Nhà Thờ Chánh Tòa hay còn gọi là Nhà Thờ Đà / Nhà Thờ Con Gà được người Pháp xây dựng vào năm 1923 theo phong cách Gothique với những đường nét cao vút và vòng cửa hình quả trám, một kiểu kiến trúc rất phổ biến và đặc trưng của các nhà thờ ở châu Âu. Bên trong nhà thờ, nhiều tranh ảnh và tượng Chúa minh họa được bài trí theo văn hóa, mỹ thuật nhà thờ Thiên Chúa giáo phương Tây.

14h00: Đoàn tham quan shopping mua sắm quà đặc sản Đà Nẵng tại hệ thống siêu thị QUÀ MIỄN TRUNG. Xe và HDV đưa quý khách về điểm đón ban đầu ...

BAO GỒM

- Xe lưu lịch đầu mối
- Hướng dẫn viên
- Vé tham quan các điểm
- Ăn trưa (món kèm theo)
- Nước uống - khăn lạnh

KHÔNG BAO GỒM

- VAT 8%
- Chi phí cá nhân khác

Vietnam Daily Tour - Your Best Choice!

Tờ rơi chương trình tour Đà Nẵng city tour

Đà Nẵng, ngày ... tháng ... năm

Giảng viên hướng dẫn

(Ký và ghi rõ họ tên)