

Viễn cảnh		Mục tiêu chiến lược	KPI	Trọng số
Tài chính	Tăng trưởng	% tăng doanh số	70%	
Khách hàng	Thỏa mãn khách hàng	% mức độ thỏa mãn khách hàng	10%	
Khách hàng	Khách hàng mới	Tỷ lệ doanh thu khách hàng mới	15%	
Quy trình	Cải thiện các hoạt động QCKM	Hiệu quả kế hoạch Marketing	5%	

100%

HE THỐNG MỤC TIÊU 2022 - Marketing

Phần 1: Bảng kỳ mục tiêu										Phần 2: theo dõi và đánh giá				
A	B	C	D	E		F	G-FxĐxA	H	I	M	N=MHx100%	O=NxG	L	
Mục tiêu chiến lược		Trọng số	Mục tiêu 2022	MỤC TIÊU MARKETING	Cách đo lường	Trọng số	Trọng số chung	Chỉ số 2022	ĐVT	Thực hiện	Mức độ thực hiện	Quy đổi	Ghi chú	
Tài chính	F.2	Tăng trưởng	70%	% tăng doanh số	Mức tăng doanh số chương trình khuyến mãi dành cho đại lý	Tỷ lệ ds (tháng/quý) chạy chương trình / ds (tháng/quý) cùng kỳ năm trước	50%							
					Mức tăng doanh số chương trình khuyến mãi dành cho NPP	Tỷ lệ ds (tháng/quý) chạy chương trình / ds (tháng/quý) cùng kỳ năm trước	30%							
					Mức tăng doanh số chương trình khuyến mãi dành cho người khách hàng	Tỷ lệ ds (tháng/quý) chạy chương trình / ds (tháng/quý) cùng kỳ năm trước	20%							
					Mở rộng vùng, mở rộng điểm bán, tăng nhân sự	Số mở mới tháng/quý chạy chương trình	10%							
												0%		
C3.1	Thỏa mãn khách hàng	10%	% mức độ thỏa mãn khách hàng	Khách hàng hài lòng về dịch vụ bán hàng và sau bán hàng	Thương hiệu QP / Tổng số của hàng	70%								
				Thấu hiểu khách hàng mục tiêu	chất lượng sản phẩm, giá, dịch vụ, hậu	30%								
											0%			
C4.1	Khách hàng mới	15%	Tỷ lệ doanh thu khách hàng mới	Mức tăng doanh số chương trình khuyến mãi dành cho NPP, Đại lý, khách hàng	Doanh số (tháng/quý) chạy chương trình với khách hàng mới	100%								
											0.0%			
											0.0%			
Hướng tới qui trình nội bộ			5%		Xây dựng kế hoạch hành động các chương trình khuyến mãi, tích lũy, trung bày	Tỷ lệ thực hiện công việc / kế hoạch hành động	30%	6	Tháng					
					Xây dựng thông điệp truyền thông thương hiệu QP.	Tỷ lệ thực hiện công việc / kế hoạch hành động	30%							
					Xây dựng thông điệp truyền thông xây dựng thương hiệu truyền thông	Tỷ lệ thực hiện công việc / kế hoạch hành động	20%							
					Triển khai bộ CIP	Tỷ lệ thực hiện công việc / kế hoạch hành động	30%							
					Đánh giá, nhân,мас, bao bì trên toàn	Tỷ lệ thực hiện công việc / kế hoạch hành động	20%							
E3.1	Văn hóa cải tiến không ngừng	0%	Văn hóa mới	Nâng cao năng lực cấp quản lý	Tỷ lệ nhân viên cấp quản lý đạt chuẩn năng lực quản lý	100%						tính cả khách hàng bên ngoài và nội bộ		
											0.0%			
											100%			

Người lập

Giám đốc

