

SOP: Quản lý và đối soát chính sách giá, chiết khấu và khuyến mãi

Tài liệu thực chiến ERP • AI-X — ai-x.vn • Cập nhật 2026-04-28 06:22:00

Phiên bản PDF miễn phí — liên hệ AI-X để nhận bộ biểu mẫu điền sẵn & tư vấn lộ trình.

Đây là SOP chi tiết đi kèm bài viết Dashboard cho doanh nghiệp phân phối: 1 màn hình, 4 nhóm KPI — dùng cho Kinh doanh khu vực, Kế hoạch, Kho, Giao nhận, Kế toán và CEO/BOD.

1. Tên SOP

SOP-TM-5868 — Quản lý và đối soát chính sách giá, chiết khấu và khuyến mãi (ngành Phân phối)

2. Mục đích

Mỗi đồng chiết khấu, rebate và hỗ trợ thương mại đều gắn với điều kiện được phê duyệt, áp dụng lúc tạo đơn và đối soát được theo từng đại lý.

3. Phạm vi áp dụng

Áp dụng cho toàn bộ hoạt động liên quan đến "quản lý và đối soát chính sách giá, chiết khấu và khuyến mãi" trong doanh nghiệp phân phối nhiều cấp đại lý.

4. Thuật ngữ và định nghĩa

Bảng giá theo cấp	Giá cơ bản áp cho từng cấp đại lý
Chiết khấu (discount)	Giảm giá trực tiếp trên từng đơn hàng
Rebate	Thưởng doanh số trả sau theo kỳ đạt mốc
Hỗ trợ trưng bày	Chi phí thương mại cho vị trí trưng bày tại điểm bán
Trade spend	Tổng chi phí khuyến mại thương mại

Đối soát	So khớp chi phí thực tế với điều kiện chính sách
----------	--

5. Vai trò tham gia

Kinh doanh khu vực	Đề xuất chương trình, khai báo đúng điều kiện cho đại lý
Kế hoạch	Duy trì bảng giá, mã hóa điều kiện chương trình
Kho & Giao nhận	Cung cấp dữ liệu giao hàng đủ điều kiện tính thưởng
Kế toán	Hạch toán, đối soát rebate và chênh lệch cuối kỳ
CEO/BOD	Phê duyệt chính sách, ngân sách và ngoại lệ

6. Ma trận RACI

R = Responsible · A = Accountable · C = Consulted · I = Informed

Hoạt động | Kinh doanh | Kế hoạch | Kho & Giao nhận | Kế toán | CEO/BOD

Đề xuất chương trình khuyến mãi | R | C | I | I | I

Duyệt chính sách và ngân sách | C | R | I | C | A

Áp giá và khuyến mãi trên đơn | R/A | C | I | I | I

Đối soát rebate cuối kỳ | C | C | C | R/A | I

Duyệt chi ngoài chính sách | R | C | I | C | A

7. Dữ liệu đầu vào

- Bảng giá hiện hành theo cấp đại lý.
- Danh mục chương trình khuyến mãi và điều kiện đạt thưởng.
- Dữ liệu đơn hàng và giao hàng theo đại lý.
- Số liệu kế toán rebate phải trả theo kỳ.

8. Quy trình từng bước

Bước 1 — Tổng hợp chính sách vào một bộ duy nhất. Gom toàn bộ bảng giá, chiết khấu, rebate, hỗ trợ trưng bày đang chạy rải rác về một bộ tài liệu duy nhất.

Bước 2 — Mã hóa điều kiện chương trình. Quy định rõ mốc doanh số, sản phẩm áp dụng, thời gian hiệu lực, khu vực và trần ngân sách cho từng chương trình.

Bước 3 — Cấu hình vào hệ thống giá và khuyến mãi. Hệ thống tự áp giá theo cấp đại lý và chặn mức chiết khấu ngoài chính sách.

Bước 4 — Kiểm soát lúc tạo đơn. Đơn hàng chỉ được xác nhận khi giá và khuyến mãi khớp cấu hình; sai lệch phải đi phê duyệt ngoại lệ.

Bước 5 — Đối soát rebate cuối kỳ. So khớp chi phí thực tế phát sinh với điều kiện chương trình theo từng đại lý, lập biên bản chênh lệch.

Bước 6 — Báo cáo hiệu quả và hiệu chỉnh. Đánh giá ROI từng chương trình, điều chỉnh hoặc bãi bỏ chương trình kém hiệu quả.

Quy trình quản lý chính sách giá 1 Lập chính sách Giá theo cấp 2 Theo thẩm quyền Áp dụng 3 Đối soát Khuyến mãi, chiết khấu Quy trình quản lý chính sách giá

9. Điểm kiểm soát và điều kiện phê duyệt

Trước khi chạy chương trình	Chính sách và ngân sách được CEO/BOD duyệt
Khi tạo đơn	Đơn chỉ áp dụng giá và khuyến mãi đã cấu hình
Trước khi trả rebate	Đại lý đạt mốc doanh số đã đối soát
Chi ngoài chính sách	Có phê duyệt ngoại lệ theo ma trận quyền

10. Ngoại lệ và cách xử lý

- Sai chiết khấu đã áp trên đơn: Điều chỉnh bù trừ kỳ kế hoạch tiếp theo và rà nguyên nhân sai quy trình.
- Đại lý không đạt mốc rebate: Xử lý carry forward hoặc hoàn trả theo chính sách đã duyệt.
- Chương trình đột xuất giữa kỳ: Phê duyệt gấp và cấu hình vào hệ thống trước khi áp dụng thực tế.

11. KPI cần theo dõi

Các mức KPI dưới đây là mục tiêu tham khảo, doanh nghiệp cần điều chỉnh theo quy mô.

Doanh thu áp dụng chính sách	Đơn đúng giá / tổng đơn	≥ 98%
Chênh lệch đối soát rebate	$ \text{Chi thực} - \text{Chi theo chính sách} / \text{Chi theo chính sách}$	≤ 1%
Thời gian chốt đối soát	Số ngày làm việc sau cuối kỳ	≤ 5 ngày
Chi ngoài chính sách có duyệt	Lượt chi ngoại lệ có phê duyệt / tổng lượt ngoại lệ	100%

Bộ KPI theo dõi: chính sách giá và khuyến mãi Tỷ lệ giá đúng Đơn giá đúng / Tổng ≥ 95% Chiết khấu đúng Chiết khấu đúng / Tổng ≥ 95% Khuyến mãi đối soát Khuyến mãi đối soát / Tổng ≥ 90% Sai lệch giá Giá thực / Giá chuẩn ≤ 2% Cập nhật theo kỳ đánh giá KPI của doanh nghiệp Bộ KPI theo dõi: chính sách giá và khuyến mãi

12. Hồ sơ và biểu mẫu liên quan

- Bộ chính sách giá và khuyến mãi được duyệt.
- Bảng mã hóa điều kiện chương trình.
- Báo cáo đối soát rebate theo đại lý.
- Biên bản xử lý chênh lệch cuối kỳ.

(Chi tiết từng biểu mẫu xem trong Bộ công cụ đối soát chính sách giá và khuyến mãi .)

13. Đầu ra và tiêu chí hoàn thành

- Chi phí thương mại đối soát khớp với từng đại lý.
- Không còn áp sai chiết khấu lúc tạo đơn.
- ROI từng chương trình được báo cáo hàng tháng.

14. Ví dụ thực tế

Ví dụ minh họa mang tính mô phỏng dựa trên số liệu phòng giả lập, không phải số liệu thống kê chính thức.

Một chuỗi Doanh nghiệp phân phối quy mô 6 điểm bán áp dụng SOP này theo lộ trình 30–60–90 ngày. Tháng đầu, đội vận hành rà soát và phát hiện một phần bản ghi chính sách giá và khuyến mãi không đạt chuẩn — con số diễn hình với đa số doanh nghiệp lần đầu chuẩn hóa. Tháng thứ hai, sau khi gán Trưởng phòng Trade Marketing làm chủ sở hữu và bật cảnh báo, tỷ lệ bản ghi đạt chuẩn tăng vọt; các sai lệch còn lại đều truy được nguyên nhân và người xử lý.

Đến tháng thứ ba, dashboard hàng tuần cho thấy các KPI chủ chốt tiến dần về ngưỡng mục tiêu: Tỷ lệ giá đúng đạt hướng $\geq 95\%$, Chiết khấu đúng đạt hướng $\geq 95\%$. Buổi review cuối quý ghi nhận hai thay đổi rõ rệt: thời gian tổng hợp báo cáo giảm từ vài ngày xuống cùng buổi, và các bộ phận bắt đầu tranh luận bằng cùng một bộ số thay vì mỗi người một file riêng.

15. Checklist áp dụng nhanh

- ☐ Toàn bộ chương trình đã mã hóa điều kiện.
- ☐ Hệ thống tự áp giá theo cấp đại lý.
- ☐ Rebate đối soát khớp sổ kế toán.
- ☐ Chi ngoài chính sách có phê duyệt.
- ☐ ROI chương trình được báo cáo tháng.
- ☐ Chênh lệch xử lý bằng biên bản.

16. Sai lầm thường gặp khi áp dụng SOP

Hầu hết thất bại khi triển khai chính sách giá và khuyến mãi không đến từ phần mềm, mà từ bốn thói quen dưới đây. Hãy đối chiếu với doanh nghiệp mình ngay khi bắt đầu:

--	--

Làm theo thói quen cũ	Vẫn xử lý chính sách giá và khuyến mãi trên file riêng rồi "sau" lên hệ thống, dữ liệu lệch nhau giữa các bộ phận.
Bỏ qua bước lập chính sách	Không giá theo cấp khiến bước sau (theo thẩm quyền) phải làm lại từ đầu và kéo dài thời gian xử lý.
Không ai chịu trách nhiệm	Chưa chỉ định Trưởng phòng Trade Marketing làm chủ sở hữu, nên khi có sai lệch không rõ ai kiểm tra và sửa.
Không đo sau khi làm	Áp dụng xong không theo dõi KPI nên không biết quy trình đang tốt lên hay xấu đi.
Dừng ở ấn bản đầu	Sau đợt chạy thử không ngồi lại rà soát và cải tiến, SOP dần lạc hậu với thực tế vận hành.

17. SOP này chạy trên hệ thống ERP như thế nào

Khi số hóa trên Odoo ERP, mỗi bước của quy trình Quy trình quản lý chính sách giá gắn với một module và một bảng chứng dữ liệu cụ thể:

Lập chính sách	Sản phẩm (Product) / Danh mục	chính sách giá và khuyến mãi, trạng thái, người sở hữu	Trưởng phòng Trade Marketing
Theo thẩm quyền	Nhân sự - Phân quyền	Log phê duyệt, thẩm quyền duyệt	Quản lý cấp trung
Đối soát	Báo cáo / Dashboard	KPI theo chính sách giá và khuyến mãi và cảnh báo ngoại lệ	Ban giám đốc

Nguyên tắc thiết kế ba lớp cần giữ nguyên khi số hóa: lớp quy trình (ai duyệt, khi nào) tách khỏi lớp dữ liệu (chính sách giá và khuyến mãi và trạng thái của nó) và lớp phân tích (KPI và cảnh báo). Doanh nghiệp thường cố nhét cả ba vào một file Excel rồi mất khả năng kiểm soát cả ba; ERP tách chúng ra nhưng vẫn liên kết bởi một nguồn dữ liệu duy nhất.

Lợi ích lớn nhất khi chạy trên một hệ thống duy nhất: mọi thay đổi đều có dấu vết (audit trail), báo cáo tự động cập nhật theo thời gian thực và không còn "hai phiên bản sự thật" giữa các phòng ban. Khóa học A.V.01.01 - Marketing & Phát triển Kênh Phân phối trình bày chi tiết cách thiết lập luồng này cho Doanh nghiệp phân phối.

18. Lộ trình áp dụng 30–60–90 ngày

--	--	--

Ngày 1–30	Rà soát chính sách giá và khuyến mãi hiện có, chốt quy tắc dữ liệu, chỉ định Trưởng phòng Trade Marketing làm chủ sở hữu, tập huấn quy trình	Danh mục và quy tắc được phê duyệt
Ngày 31–60	Chạy thử trên hệ thống với phạm vi giới hạn (một kho/một cửa hàng/một vùng), đo KPI tuần đầu	Bộ KPI có số liệu nền, ngoại lệ đầu tiên được xử lý
Ngày 61–90	Mở rộng toàn bộ phạm vi, bật dashboard và cảnh báo, họp review hàng tuần	Quy trình vận hành ổn định, KPI đi dần về mục tiêu

19. Câu hỏi thường gặp

Phải dừng toàn bộ hoạt động để áp dụng SOP này không?

Không. Cách an toàn nhất là chọn một phạm vi nhỏ (một điểm bán hoặc một nhóm hàng), chạy thử 30 ngày rồi mở rộng. Kinh nghiệm cho thấy áp dụng "big bang" trên toàn chuỗi là nguyên nhân phổ biến nhất khiến SOP thất bại.

SOP này có phù hợp với doanh nghiệp chưa có ERP không?

Có. Toàn bộ quy trình có thể chạy bằng biểu mẫu trong Bộ công cụ đi kèm trước; khi lên hệ thống, dữ liệu và thói quen đã sẵn nên thời gian triển khai ERP rút ngắn đáng kể.

Ai là người duy nhất chịu trách nhiệm về chính sách giá và khuyến mãi?

Theo SOP này, Trưởng phòng Trade Marketing là chủ sở hữu dữ liệu; các bộ phận khác phối hợp cung cấp và kiểm tra. Chủ sở hữu không nhất thiết tự nhập liệu, nhưng chịu trách nhiệm về chất lượng cuối cùng.

Sau bao lâu thấy kết quả?

Các chỉ số vận hành (thời gian xử lý, tỷ lệ sai lệch) thường cải thiện ngay tháng đầu sau khi chạy đúng quy trình; các chỉ số tài chính (lợi nhuận, dòng tiền) cần 1–2 chu kỳ báo cáo để thấy rõ.

Quy trình này có cần cập nhật lại không, và khi nào?

Có. Mỗi quý, Trưởng phòng Trade Marketing rà soát SOP một lần theo ba câu hỏi: quy tắc dữ liệu còn đúng thực tế không, KPI còn phù hợp không, có bước nào bỏ được không. Phiên bản mới ghi rõ ngày hiệu lực và lý do thay đổi — không sửa miệng.

20. Đo lường, review và cải tiến liên tục

SOP không phải tài liệu viết một lần rồi cất ngăn kéo. Hiệu quả của quy trình Quy trình quản lý chính sách giá chỉ được giữ vững khi có nhịp review đều đặn và cơ chế cải tiến có dấu vết:

Hàng tuần (15 phút)	Các KPI vận hành và danh sách ngoại lệ trong tuần	Danh sách hành động có người xử lý và hạn
Hàng tháng	Xu hướng KPI, nguyên nhân ngoại lệ lặp lại	Biên bản điều chỉnh quy trình nếu cần
Hàng quý	Toàn bộ SOP: quy tắc dữ liệu, vai trò, KPI, biểu mẫu	Phiên bản SOP mới có ngày hiệu lực

Nguyên tắc vàng: mọi thay đổi quy trình phải đi kèm dữ liệu chứng minh . Nếu đề xuất bỏ bớt một bước kiểm soát, người đề xuất phải chỉ ra KPI nào cho thấy bước đó không còn cần thiết — đó là cách SOP trưởng thành cùng doanh nghiệp thay vì mâu thuẫn với nó.

Xem thêm: Bộ công cụ đối soát chính sách giá và khuyến mãi .

AIX • TƯ VẤN TRIỂN KHAI ERP & AI

Cần bộ SOP này chạy trên hệ thống thực tế?

AI-X thiết kế lộ trình ERP & AI 90 ngày riêng cho doanh nghiệp của bạn:
chuẩn hóa dữ liệu — SOP số hóa — dashboard điều hành.

ai-x.vn/contactus

Tài liệu phát hành miễn phí bởi AI-X (ai-x.vn). Vui lòng không chỉnh sửa nội dung khi chia sẻ lại.