

Sổ tay tự học Odoo CRM cho đội Sales, Presales và tư vấn triển khai

Mục lục

1. Giới thiệu	2
2. Đối tượng sử dụng	2
3. Kết quả sau khi hoàn thành	3
4. Lộ trình học nhanh	3
5. Chuẩn bị trước khi thực hành	4
6. Dữ liệu mẫu cho khách hàng	5
7. Bài 1: Tổng quan Odoo CRM	6
8. Bài 2: Pipelines và Opportunities	7
9. Bài 3: Activities trong CRM	8
10. Bài 4: Probabilities và Predictive Lead Scoring	9
11. Bài 5: Sales Teams	10
12. Bài 6: Won và Lost Opportunities	11
13. Bài 7: Leads và Convert to Opportunity	12
14. Bài 8: Sales Team Setup và Leads Assignment	13
15. Bài 9: Custom Activities	14
16. Bài 10: Activity Plans	15
17. Bài 11: Activities Automation và Reporting	16
18. Bài 12: Sales Team Reporting	17
19. Bài thực hành tổng hợp cuối khóa	18
20. Checklist dành cho người học	19
21. Lỗi thường gặp và cách xử lý	20
22. Phụ lục: Dữ liệu CRM mẫu	21
23. Phụ lục: Bộ câu hỏi kiểm tra cuối khóa	22
24. Kết luận	23



1. Giới thiệu

Tài liệu này được biên soạn theo phong cách sổ tay training MICAD để người học có thể tự học và tự thực hành Odoo CRM theo từng bước. Nội dung được viết lại từ file training Odoo CRM mà người dùng đã tải lên, nhưng đã được Việt hóa, hệ thống hóa và chuyển thành dạng handbook đào tạo thực tế cho đội sales, presales, marketing và tư vấn triển khai.

Mục tiêu của tài liệu là giúp người học hiểu đầy đủ cách vận hành CRM trong Odoo:

Lead

- Opportunity
- Pipeline stages
- Activities
- Sales team assignment
- Win / Lost analysis
- Reporting
- Tự động hóa follow-up

2. Đối tượng sử dụng

Nhóm người dùng	Mục tiêu cần đạt
Sales Executive	Quản lý lead, opportunity, follow-up và chốt deal
Sales Manager	Theo dõi pipeline, team performance và forecast
Presales Consultant	Ghi nhận nhu cầu, demo flow và chuyển giao cơ hội
Marketing / Lead Gen	Tạo lead, phân loại lead, phối hợp chuyển cho sales
CRM Admin	Cấu hình stages, activities, sales team, assignment rules
MICAD Consultant	Dùng tài liệu để đào tạo khách hàng hoặc đội nội bộ

3. Kết quả sau khi hoàn thành

Sau khi hoàn thành tài liệu này, người học cần làm được:

- Hiểu giao diện và logic chính của Odoo CRM.
- Tạo và quản lý pipeline theo stages.
- Tạo opportunity mới và cập nhật expected revenue, priority, probability.



- Schedule call, email, meeting, to-do và các hoạt động follow-up.
- Dùng calendar và share availability để chốt lịch với khách hàng.
- Hiểu predictive lead scoring và chỉnh các tiêu chí tính probability.
- Cấu hình sales teams, multi-teams, alias email và invoicing target.
- Đánh dấu won / lost opportunities và quản lý lost reasons.
- Tạo lead, convert lead thành opportunity, merge lead trùng.
- Cấu hình rule-based assignment để tự động phân lead cho team/salesperson.
- Tạo custom activities và activity plans cho quy trình bán hàng riêng.
- Theo dõi reporting theo activities, stages, salespeople và doanh thu kỳ vọng.

4. Lộ trình học nhanh

Giai đoạn	Bài học	Mục tiêu
Nền tảng CRM	Bài 1 đến Bài 3	Hiểu dashboard, pipeline, activities
Dự báo và tổ chức đội ngũ	Bài 4 đến Bài 5	Probability, scoring, sales team
Quản trị cơ hội bán hàng	Bài 6 đến Bài 8	Won/lost, leads, assignment
Tự động hóa	Bài 9 đến Bài 11	Custom activities, plans, automations
Đo lường hiệu quả	Bài 12	Reporting và đánh giá hiệu suất
Đánh giá cuối khóa	Bài thực hành tổng hợp	Chạy một quy trình CRM hoàn chỉnh

5. Chuẩn bị trước khi thực hành

5.1 Ứng dụng nên bật

Database Odoo nên bật tối thiểu:

- CRM
- Contacts
- Calendar
- Sales nếu muốn nối sang quotation
- Email Marketing nếu muốn nối campaign



- Marketing Automation nếu muốn nurture lead tự động
- VoIP nếu doanh nghiệp muốn gọi trực tiếp từ CRM

5.2 Dữ liệu nên chuẩn bị

Dữ liệu	Mục đích
Danh sách khách hàng / contact	Tạo lead và opportunity
Sales teams	Phân bổ đội phụ trách theo ngành hoặc khu vực
Pipeline stages	Chuẩn hóa quy trình bán hàng
Activity types	Chuẩn hóa bước follow-up
Lost reasons	Phân tích nguyên nhân rớt deal
Tags	Gắn ngành, khu vực, mức độ ưu tiên

5.3 Cấu hình nên kiểm tra

Nhóm cấu hình	Khi nào nên bật
Leads	Khi muốn tách Lead và Opportunity
Predictive Lead Scoring	Khi muốn ưu tiên lead chất lượng hơn
Multi-Teams	Khi sales thuộc nhiều team
Rule-Based Assignment	Khi muốn tự động chia lead
Calendar Sync	Khi cần đồng bộ lịch với Google hoặc Outlook
Email Integration	Khi muốn lưu email lịch sử trong cơ hội bán hàng

6. Dữ liệu mẫu cho khách hàng

6.1 Khách hàng mẫu

Tên khách hàng	Ngành	Ghi chú
DH Foods	FMCG / Sản xuất thực phẩm	Khách hàng tăng trưởng nhanh, cần ERP thật thụ
ABC Foods	Thực phẩm	Có nhu cầu CRM + Sales + Inventory + Accounting



Công ty Bao Bì Việt	Sản xuất bao bì	Cần theo dõi lead theo khu vực
Nội thất Minh Long	Thương mại	Thích demo nhanh và quotation rõ ràng

6.2 Sales team mẫu

Team	Phạm vi	Ghi chú
Team ERP SMB	Doanh nghiệp vừa và nhỏ	Tập trung Odoo standard
Team Manufacturing	Nhà máy / sản xuất	Khai thác các module MRP, Inventory, Quality
Team Distribution	Nhà phân phối	Tập trung Sales, Purchase, Accounting
Team Presales	Demo và khảo sát	Phối hợp với sales closing

6.3 Tags gợi ý

Tag	Ý nghĩa
Food	Khách hàng ngành thực phẩm
Manufacturing	Khách sản xuất
HCMC	Khách khu vực TP.HCM
Priority-A	Khách hàng cần theo sát
Odoo-Online	Phù hợp Odoo Online
ERP-Replacement	Đang thay hệ thống cũ

7. Bài 1: Tổng quan Odoo CRM

Mục tiêu

Người học hiểu CRM là gì và Odoo CRM hỗ trợ quản lý hành trình khách hàng như thế nào.

CRM dùng để làm gì

Khả năng	Ý nghĩa
Quản lý lead và opportunity	Theo dõi cơ hội bán hàng từ đầu đến cuối



Tổ chức pipeline	Nhìn rõ cơ hội đang ở giai đoạn nào
Ghi lịch sử tương tác	Email, call, meeting, notes, chatter
Quản lý hoạt động sales	Tạo task follow-up theo từng cơ hội
Đo lường hiệu quả	So sánh team, salesperson, conversion
Kết nối các app khác	Sales, Emailing, Marketing Automation, Sign

Bài thực hành

1. Mở CRM app.
2. Quan sát dashboard pipeline mặc định.
3. Xóa filter “My Pipeline” để xem toàn bộ cơ hội của công ty.
4. Ghi chú các thành phần xuất hiện trên mỗi card opportunity.

8. Bài 2: Pipelines và Opportunities

Mục tiêu

Người học biết tạo, chỉnh stage và quản lý opportunity theo pipeline.

Các thao tác chính

1. Tạo stage mới bằng nút “+ Stage”.
2. Kéo thả stage đến đúng vị trí trong pipeline.
3. Dùng biểu tượng bánh răng để fold, edit, automation hoặc delete stage.
4. Tạo opportunity trực tiếp trong một stage.
5. Mở form opportunity để cập nhật thông tin chi tiết.

Các trường quan trọng trên opportunity

Trường	Ý nghĩa
Opportunity Name	Tên cơ hội bán hàng
Customer / Contact	Người hoặc công ty liên quan
Expected Revenue	Doanh thu kỳ vọng



Priority	Mức độ ưu tiên
Stage	Giai đoạn trong pipeline
Probability	Xác suất chốt thành công
Salesperson	Người phụ trách cơ hội

Bài thực hành

1. Tạo một stage mới tên “Second Proposition”.
2. Tạo một opportunity mới cho DH Foods.
3. Điền expected revenue, priority, customer và stage.
4. Di chuyển opportunity qua lại giữa các stage để thấy pipeline được cập nhật.

9. Bài 3: Activities trong CRM

Mục tiêu

Người học biết lên lịch hoạt động follow-up và đọc nhanh tình trạng công việc trên pipeline.

Ý nghĩa icon và màu sắc

Ký hiệu / màu	Ý nghĩa
Đồng hồ xám	Chưa có activity nào
Điện thoại	Call
Phong bì	Email
Nhóm người	Meeting
Dấu check	To-do
Xanh lá	Activity ở tương lai
Vàng	Đến hạn hôm nay
Đỏ	Đã quá hạn

Các bước thực hành

1. Trên card opportunity, bấm icon activity.



2. Chọn loại hoạt động: Call, Email, Meeting, To-do.
3. Nhập summary, due date, notes và assign to.
4. Save activity.
5. Mở opportunity và kiểm tra planned activities trong chatter.

Lưu ý

- Activity có thể được gán cho người khác, không nhất thiết trùng với salesperson của opportunity.
- Color bar trên đầu mỗi stage cho biết tổng quan trạng thái follow-up của các cơ hội trong stage đó.

10. Bài 4: Probabilities và Predictive Lead Scoring

Mục tiêu

Người học hiểu probability trong CRM và cách Odoo tính predictive lead scoring.

Nguyên tắc chính

Khái niệm	Ý nghĩa
Probability	Xác suất thắng deal
Predictive Lead Scoring	Odoo dùng dữ liệu lịch sử để tự tính probability
Manual Override	Có thể sửa probability thủ công
AI Suggested Value	Giá trị Odoo đề xuất, có thể khôi phục lại

Các tiêu chí có thể dùng

- Stage
- Email quality
- Phone quality
- Country
- State
- Language
- Source



- Tags
- Sales team

Các bước thực hành

1. Vào Configuration > Settings.
2. Tìm Predictive Lead Scoring.
3. Bấm Update Probabilities.
4. Thêm hoặc bớt các tiêu chí như country, email quality, language.
5. Lưu cấu hình.
6. Mở một opportunity và so sánh probability Odoo tính với probability chỉnh tay.

Lưu ý

- Nếu người dùng chỉnh probability thủ công, giá trị đó sẽ không tiếp tục tự cập nhật theo pipeline cho đến khi khôi phục lại AI value.
- Dữ liệu won/lost càng đầy đủ thì dự báo càng đáng tin.

11. Bài 5: Sales Teams

Mục tiêu

Người học biết tạo sales team, quản lý thành viên và dùng multi-team khi cần.

Các trường cần hiểu

Trường	Ý nghĩa
Team Leader	Trưởng nhóm
Email Alias	Email tự động tạo opportunity cho team
Accept Emails From	Giới hạn nguồn email nhận vào
Invoicing Target	Mục tiêu doanh số tháng
Members	Thành viên của team
Multi-Teams	Một salesperson có thể thuộc nhiều team



Các bước thực hành

1. Vào Configuration > Sales Teams.
2. Tạo team mới tên “Manufacturing ERP Team”.
3. Chọn team leader.
4. Đặt alias email.
5. Điền invoicing target theo tháng.
6. Thêm thành viên vào team.

12. Bài 6: Won và Lost Opportunities

Mục tiêu

Người học biết đánh dấu cơ hội đã thắng hoặc đã mất và dùng dữ liệu này cho việc quản trị bán hàng.

Dấu hiệu của opportunity đã won/lost

Trạng thái	Dấu hiệu
Won	Probability 100%, banner Won, ở stage thắng
Lost	Probability 0%, banner Lost, có lost reason

Các bước thực hành

1. Mở một opportunity đang active.
2. Bấm Won nếu deal đã chốt.
3. Mở opportunity khác và bấm Lost.
4. Chọn lost reason hoặc tạo lost reason mới.
5. Thử Restore để đưa opportunity lost quay về trạng thái active.

Lưu ý

- Lost opportunities bị ẩn khỏi pipeline active theo mặc định.
- Cần tracking lost reasons để sau này cải thiện chất lượng bán hàng.

13. Bài 7: Leads và Convert to Opportunity



Mục tiêu

Người học biết phân biệt lead và opportunity, tạo lead và chuyển đổi đúng cách.

Phân biệt nhanh

Đối tượng	Khi dùng
Lead	Mối quan tâm ban đầu, chưa đủ điều kiện bán
Opportunity	Cơ hội đã đủ rõ để theo dõi trong pipeline sales

Các bước thực hành

1. Vào CRM > Leads.
2. Tạo lead mới cho một khách hàng tiềm năng.
3. Điền title, customer, contact info, notes, priority.
4. Quan sát probability AI gợi ý.
5. Bấm Convert to Opportunity.
6. Chọn convert mới hoặc merge với opportunity đang có.
7. Xác nhận customer/link đúng và tạo opportunity.

Lưu ý

- Nếu bật Leads, Odoo sẽ tách Lead và Opportunity thành hai bước rõ ràng.
- Khi phát hiện bản ghi trùng, Odoo có thể gợi ý merge để tránh duplicate data.

14. Bài 8: Sales Team Setup và Leads Assignment

Mục tiêu

Người học biết cấu hình rule-based assignment để tự động phân lead.

Cấu hình cần bật trước

1. Vào Configuration > Settings.
2. Bật Multi-Teams.
3. Bật Rule-Based Assignment.



4. Chọn cách chạy manual hoặc repeatedly.
5. Nếu dùng repeatedly, đặt chu kỳ ngắn như 1–2 phút.

Các loại rule có thể dùng

Rule	Ví dụ
Country	Chỉ giao lead từ Việt Nam cho team VN
Tags	Lead có tag Manufacturing giao cho team sản xuất
Probability	Chỉ giao lead có xác suất trên 20%
Expected Revenue	Lead trên 10.000 USD giao cho senior sales
Language	Lead tiếng Pháp giao cho người phù hợp

Bài thực hành

1. Mở một sales team.
2. Tạo domain chỉ nhận lead có tag “Manufacturing”.
3. Tạo thêm rule probability ≥ 20 .
4. Vào member của team và đặt rule riêng cho senior sales.
5. Bấm Assign Leads và kiểm tra kết quả.

15. Bài 9: Custom Activities

Mục tiêu

Người học biết tạo activity riêng theo quy trình công ty thay vì chỉ dùng call/email/meeting mặc định.

Các trường chính

Trường	Ý nghĩa
Name	Tên activity
Action	Kiểu hành động cần thực hiện
Dashboard Visibility	Hiển thị cho ai trên dashboard
Default User	Người mặc định thực hiện



Default Summary	Tóm tắt mặc định
Default Notes	Hướng dẫn chi tiết mặc định
Chaining Type	Gợi ý bước tiếp theo hoặc tự trigger

Các bước thực hành

1. Vào Configuration > Activity Types.
2. Tạo activity mới tên “Follow-up Email”.
3. Điền summary và notes mặc định.
4. Chọn lịch deadline ví dụ 3 ngày sau completion date.
5. Chọn chaining type nếu muốn gợi ý hoặc trigger bước kế tiếp.
6. Lưu activity.

16. Bài 10: Activity Plans

Mục tiêu

Người học biết tạo một chuỗi hoạt động chuẩn cho từng loại cơ hội bán hàng.

Activity plan dùng để làm gì

- Áp cả một gói activities lên opportunity chỉ với vài cú nhấp.
- Chuẩn hóa quy trình sales cho toàn đội.
- Đảm bảo không quên các bước follow-up quan trọng.

Các bước thực hành

1. Vào Configuration > Activity Plans.
2. Tạo plan mới cho quy trình “ERP Demo Flow”.
3. Thêm các bước như call discovery, demo, gửi proposal, follow-up, meeting chốt.
4. Chọn assignment, interval, unit và trigger trước/sau plan date.
5. Lưu plan.
6. Quay lại một opportunity và áp dụng activity plan này.



7. Kiểm tra planned activities trong chatter.

17. Bài 11: Activities Automation và Reporting

Mục tiêu

Người học biết tự động hóa chuỗi hoạt động và theo dõi kết quả thực hiện.

Tự động hóa có thể làm gì

Tình huống	Ví dụ
Sau khi làm quote	Tự tạo email follow-up
Sau cuộc gọi discovery	Gợi ý lên lịch demo
Sau demo	Tự nhắc tạo proposal
Sau proposal	Tự nhắc follow-up trong 7 hoặc 15 ngày

Các bước thực hành

1. Mở một activity type có sẵn, ví dụ Make a Quote.
2. Đặt chaining type là Suggest Next Activity hoặc Trigger Next Activity.
3. Chọn activity kế tiếp như Email hoặc Call.
4. Đặt khoảng thời gian tự động.
5. Quay lại pipeline, schedule activity và mark done.
6. Kiểm tra activity tiếp theo có tự xuất hiện không.

Reporting activities

1. Vào CRM > Reporting > Activities.
2. Group theo stage.
3. Group theo salesperson.
4. Chuyển sang list hoặc pivot để phân tích sâu hơn.

18. Bài 12: Sales Team Reporting



Mục tiêu

Người học biết dùng reporting để đánh giá hiệu quả đội sales và mức độ lành mạnh của pipeline.

Chỉ số nên theo dõi

Chỉ số	Ý nghĩa
Số opportunity theo stage	Xem pipeline có bị nghẽn ở đâu
Expected Revenue	Tổng doanh thu kỳ vọng
Activities completed	Mức độ chủ động follow-up
Won / Lost ratio	Tỷ lệ chuyển đổi
Team target vs current result	Mức đạt chỉ tiêu
Lead assignment quality	Lead có vào đúng team/người phụ trách hay không

Bài thực hành

1. Vào CRM > Reporting.
2. Xem dữ liệu theo stage.
3. Group theo salesperson.
4. Chuyển sang pivot view.
5. Ghi nhận top salesperson theo số activity hoặc expected revenue.
6. Xác định stage đang tồn đọng nhiều cơ hội nhất.

19. Bài thực hành tổng hợp cuối khóa

Tình huống

MICAD đang mở rộng bán Odoo cho doanh nghiệp sản xuất và phân phối tại Việt Nam. Đội sales muốn quản lý lead, đánh giá khả năng chốt, tự động follow-up và phân chia khách hàng tiềm năng theo ngành.

Yêu cầu thực hành

Người học cần tự thực hiện:

1. Bật Leads, Predictive Lead Scoring, Multi-Teams và Rule-Based Assignment.



2. Tạo pipeline phù hợp cho quy trình bán Odoo.
3. Tạo 3 lead mới từ các ngành khác nhau.
4. Convert ít nhất 2 lead thành opportunity.
5. Tạo một sales team mới cho khách hàng Manufacturing.
6. Tạo tag “Manufacturing”.
7. Tạo rule tự phân lead theo tag và probability.
8. Tạo 1 custom activity “Demo ERP”.
9. Tạo 1 activity plan “Odoo Presales Flow”.
10. Gán activity plan cho một opportunity.
11. Tạo 1 deal won và 1 deal lost.
12. Ghi lost reason.
13. Xem reporting theo stage và salesperson.

Kết quả cần nộp

- Danh sách lead đã tạo.
- Danh sách opportunity sau chuyển đổi.
- Ảnh chụp pipeline có activity.
- Tên sales team mới.
- Rule assignment đã cấu hình.
- Danh sách won/lost opportunities.
- Ảnh hoặc ghi chú reporting cuối cùng.

20. Checklist dành cho người học

Nhóm kỹ năng	Tôi đã làm được?
Mở CRM dashboard và đọc pipeline	☐
Tạo stage mới	☐
Tạo opportunity mới	☐
Đặt expected revenue và priority	☐

Schedule call/email/meeting	☐
Xem planned activities trong chatter	☐
Dùng calendar để lên lịch	☐
Share availability cho khách / đồng nghiệp	☐
Hiểu probability và AI scoring	☐
Chỉnh tiêu chí predictive lead scoring	☐
Tạo sales team	☐
Dùng multi-team	☐
Đánh dấu won / lost	☐
Tạo lost reason	☐
Tạo lead mới	☐
Convert lead thành opportunity	☐
Merge lead trùng	☐
Cấu hình rule-based assignment	☐
Tạo custom activity	☐
Tạo activity plan	☐
Tự động trigger next activity	☐
Xem reporting theo stage	☐
Xem reporting theo salesperson	☐
Đọc pivot/list view báo cáo	☐

21. Lỗi thường gặp và cách xử lý

Lỗi	Nguyên nhân thường gặp	Cách xử lý
Không thấy menu Leads	Chưa bật Leads trong Settings	Vào CRM Settings và bật Leads



Probability không hợp lý	Thiếu dữ liệu won/lost hoặc tiêu chí scoring chưa phù hợp	Bổ sung dữ liệu lịch sử và rà lại criteria
Probability không tự đổi nữa	Đã chỉnh tay probability	Bấm khôi phục về AI suggested value
Opportunity trùng lặp	Tạo nhiều lead/customer giống nhau	Dùng merge khi convert và kiểm tra similar leads
Lead không tự phân	Chưa bật rule-based assignment hoặc rule sai	Kiểm tra settings, domain và chu kỳ chạy
Team không nhận email	Alias email hoặc accept emails from cấu hình chưa đúng	Kiểm tra team form
Activity quá hạn nhiều	Thiếu quy trình chuẩn hoặc không có activity plan	Chuẩn hóa activity chain và review định kỳ
Không thấy next activity	Chaining type chưa cấu hình hoặc chọn sai loại	Kiểm tra activity type
Báo cáo khó đọc	Chưa group/filter đúng	Thử stage, salesperson, list hoặc pivot
Lost opportunities biến mất	Lost filter chưa bật	Bật filter Lost để xem lại

22. Phụ lục: Dữ liệu CRM mẫu

22.1 Leads mẫu

Lead	Tag	Country	Expected Revenue
DH Foods cần ERP sản xuất	Manufacturing	Vietnam	25,000
ABC Foods muốn CRM + Sales	Food	Vietnam	12,000
Bao Bì Việt muốn inventory tracking	Manufacturing	Vietnam	18,000
Nhà phân phối Minh Anh cần Odoo Online	Distribution	Vietnam	8,000

22.2 Lost reasons mẫu

Lost Reason	Khi dùng
Too Expensive	Khách thấy chi phí vượt ngân sách
No Decision	Khách chưa chốt nội bộ
Chose Competitor	Chọn giải pháp khác



Not Ready	Chưa sẵn sàng triển khai
No Internal Champion	Không có người thúc đẩy dự án phía khách
Scope Too Complex	Phạm vi vượt giai đoạn hiện tại

23. Phụ lục: Bộ câu hỏi kiểm tra cuối khóa

1. Odoo CRM khác gì với chỉ quản contact thông thường?
2. Tại sao pipeline stages cần phản ánh đúng quy trình bán hàng thực tế?
3. Expected revenue khác probability như thế nào?
4. Ý nghĩa các màu xanh, vàng, đỏ trên activity là gì?
5. Vì sao activity không nhất thiết phải giao cho đúng salesperson của opportunity?
6. Predictive lead scoring dùng dữ liệu gì để tính xác suất?
7. Khi nào nên chỉnh probability thủ công?
8. Multi-teams phù hợp với tình huống nào?
9. Vì sao lost reasons quan trọng cho quản trị bán hàng?
10. Lead khác opportunity ở giai đoạn nào của hành trình bán?
11. Khi convert lead, lúc nào nên merge với record đang có?
12. Rule-based assignment giúp sales manager giảm việc gì?
13. Custom activity phù hợp cho nghiệp vụ nào của MICAD?
14. Activity plan khác gì với tạo activity đơn lẻ?
15. Chaining type “suggest” khác “trigger” ở điểm nào?
16. Tại sao reporting activities hữu ích cho sales manager?
17. Vì sao cần xem expected revenue theo stage?
18. Lost opportunities có nên bị xóa không, và vì sao?
19. CRM nên kết nối với các app nào để tạo ra quy trình khép kín hơn?
20. Với khách như DH Foods, vì sao cần CRM trước khi triển khai đầy đủ ERP?



24. Kết luận

Odoo CRM giúp doanh nghiệp quản lý cơ hội bán hàng một cách trực quan, có kỷ luật và dễ mở rộng hơn rất nhiều so với cách theo dõi bằng file rời hoặc email rời rạc. Khi được cấu hình đúng với pipeline, activities, sales teams, assignment rules và reporting.

