



CẨM NANG QUẢN LÝ HIỆU QUẢ

SELLING SUCCESSFULLY

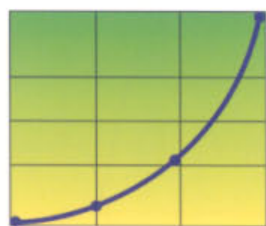
KINH DOANH HIỆU QUẢ



- KỸ NĂNG THƯƠNG THUYẾT
- KHẢ NĂNG TRÌNH BÀY



- NGHIÊN CỨU
- CHIẾN LƯỢC
- HỢP MẶT



- THUYẾT PHỤC
- MỤC TIÊU
- PHẢN HỒI



- KỸ THUẬT • KỸ NĂNG
- GỢI Ý • HOÀN TẤT



NHÀ XUẤT BẢN TỔNG HỢP TP. HỒ CHÍ MINH

CẨM NANG QUẢN LÝ

KINH DOANH
HIỆU QUẢ

SELLING SUCCESSFULLY

CẨM NANG QUẢN LÝ

KINH DOANH HIỆU QUẢ

SELLING SUCCESSFULLY

ROBERT HELLER



Tổng hợp và Biên dịch : LÊ NGỌC PHƯƠNG ANH (M.B.A)
Hiệu đính : NGUYỄN VĂN QUỖI (Ph.D.)

FIRST NEWS

NHÀ XUẤT BẢN TỔNG HỢP THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH

NỘI DUNG

Lời giới thiệu

5

CHUẨN BỊ BÁN HÀNG

Hướng tới thành công

6

Tạo nên sự tự tin

8

Rèn luyện để tự phát triển

10

Tổ chức công việc

12

Sử dụng phương tiện hỗ trợ

14



GIAO DỊCH VỚI KHÁCH HÀNG

Phân loại khách hàng

16

Tìm kiếm khách hàng

18

Nghiên cứu khách hàng

20

Giao tiếp hiệu quả

22

Cung cấp dịch vụ khách hàng

26

Làm khách hàng hài lòng

28

GIAO DỊCH THÀNH CÔNG

Hoạch định phương pháp tiếp cận

32

Nguyên tắc AIDCA

34

Giao tiếp bằng thư từ

38

Bán hàng qua điện thoại

40

Tận dụng các cuộc gặp gỡ

khách hàng

42

Trình diễn

44

Đàm phán với khách hàng

46

Ký kết giao dịch

50

QUẢN LÝ ĐỘI NGŨ BÁN HÀNG

Lãnh đạo nhóm bán hàng

52

Đào tạo đội ngũ bán hàng

54

Quản lý các cuộc tiếp xúc

bán hàng

58

Khen thưởng và điều chỉnh

mục tiêu

60

Công nhận thành tích

62

Tổ chức họp kinh doanh

64

Đánh giá kỹ năng bán hàng

66



LỜI GIỚI THIỆU

Phát triển hệ thống bán hàng hiệu quả có vai trò rất quan trọng đối với sự thành công của hầu hết mọi loại hình kinh doanh. Một người bán hàng, hay một trưởng nhóm bán hàng, muốn thành công trong công việc trước hết cần phải hiểu rõ về sản phẩm của mình, đồng thời phải thực sự am hiểu khách hàng và có kỹ năng giao tiếp thật tốt. **"Kinh doanh hiệu quả"** là một cẩm nang bao quát mọi khía cạnh của quá trình bán hàng, cung cấp cho bạn nhiều lời khuyên quý giá về tâm lý kinh doanh, về tổ chức kinh doanh, về phương pháp tìm hiểu và đáp ứng nhu cầu của khách hàng, giúp bạn rèn luyện các kỹ năng bán hàng thực sự cần thiết cho công việc như kỹ năng thuyết trình và đàm phán và kỹ năng điều hành nhóm bán hàng. Đặc biệt, cẩm nang này sẽ cung cấp cho bạn 101 bí quyết bán hàng thành công. Cuối cùng, bạn cũng có thể tự đánh giá và cải thiện các kỹ năng bán hàng của chính bạn bằng bài tập tự đánh giá ở cuối sách.



CHUẨN BỊ BÁN HÀNG

Bán hàng là cơ sở mang lại thành công trong kinh doanh. Bạn có thể tự trang bị những nền móng vững chắc về bán hàng hiệu quả bằng cách nghiên cứu các nguyên tắc chiến lược và thực tiễn kinh doanh, cũng như phát triển các kỹ năng bán hàng quan trọng cho bản thân mình.

HƯỚNG TỚI THÀNH CÔNG

Bán hàng chỉ thực sự thành công khi các bên tham gia giao dịch đều thỏa mãn. Người bán hàng giỏi sẽ mang lại sự hài lòng cho khách hàng với hàng hóa được cung cấp còn đối với người bán hàng kém thì ngược lại. Khi khách hàng cảm thấy thỏa mãn vì đã mua được đúng hàng hóa cần thiết thì có nhiều khả năng họ sẽ quay trở lại mua hàng những lần sau.

ĐÔI BÊN CÙNG CÓ LỢI

Một nhân viên bán hàng thành công không phải nhờ vào việc cố gắng bán được hàng, mà phải tạo ra được một giao dịch có lợi cho cả hai bên. Một giao dịch thành công phải mang lại:

- Sự hài lòng cho khách hàng.
- Lợi nhuận hợp lý cho công ty.

Mức độ hài lòng của khách hàng phụ thuộc vào sự tương quan giữa những điều bạn đã hứa cung cấp và những điều thực sự khách hàng nhận được. Các nhân viên bán hàng thường có khuynh hướng chỉ đánh giá hiệu quả công việc dựa trên doanh số bán. Điều này tuy dễ tính toán nhưng có thể đưa đến một kết quả thiếu thực tế và sai lầm nghiêm trọng. Chẳng hạn như khi nhân viên bán hàng đưa ra mức chiết khấu hoặc điều kiện giao dịch rất có lợi cho khách hàng để khuyến khích họ mua hàng nhưng lại gây bất lợi cho công ty.



Người quản lý bán hàng nhận ra lợi ích lâu dài của giao dịch

ĐẨY MẠNH MỐI QUAN HỆ ĐỐI TÁC LÂU DÀI

Mối quan hệ với khách hàng tốt nhất và thường mang lại sự thỏa mãn cho cả đôi bên chính là mối quan hệ đối tác lâu dài. Nhiều công ty dành hầu hết hoạt động của mình để phục vụ chỉ một hoặc hai đối tác có quan hệ mật thiết với công ty và mối quan hệ đối tác giữa họ rất chặt chẽ. Lợi nhuận thu được thường được chia cho cả hai bên. Muốn xây dựng được mối quan hệ đối tác như vậy, bạn cần phải đầu tư thời gian và nỗ lực để tìm kiếm giải pháp đáp ứng nhu cầu của đối tác. Khi đó, hai bên sẽ cùng nhau chuẩn bị kế hoạch kinh doanh, phối hợp nghiên cứu và phát triển sản phẩm/dịch vụ. Mối quan hệ đối tác sẽ phát huy hiệu quả cao nhất khi cả đôi bên cùng chia sẻ quyền lực. Nếu mối quan hệ này bị chi phối bởi một trong hai bên, cần phải lập lại vị thế cân bằng giữa đôi bên.

Nhân viên bán hàng nhất trí các điều khoản có lợi cho cả đôi bên

Khách hàng hài lòng tiếp nhận sản phẩm hoặc dịch vụ

I Cần xác định nhu cầu thực sự của khách hàng càng sớm càng tốt.

Nhân viên bán hàng cố gắng giao dịch có lợi cho công ty

Khách hàng nhận thấy chi phí bỏ ra không xứng đáng với giá trị nhận được

Quan hệ mua bán chấm dứt

▲ GIAO DỊCH KHÔNG THÀNH CÔNG

Nhân viên bán hàng chỉ chú trọng làm lợi cho công ty mà không chú ý mang lại sự hài lòng cho khách hàng thì cuối cùng cũng sẽ mất đi giá trị tức những giao dịch kinh doanh lâu dài mà khách hàng có thể mang lại.

◀ GIAO DỊCH THÀNH CÔNG

Một giao dịch lý tưởng được tạo nên từ những nhân viên bán hàng biết mang lại sự thỏa mãn cho khách hàng với sự hỗ trợ của hệ thống quản lý kinh doanh, nhờ đó đảm bảo được mối quan hệ kinh doanh lâu dài.

TẠO NÊN SỰ TỰ TIN

Bán hàng đôi khi giống như một bình thức đối đầu. Có lẽ vì vậy mà nhiều nhân viên bán hàng cho rằng công việc của họ là cực kỳ khó khăn hoặc phải lo nghĩ nhiều. Bạn cần phải thay đổi nỗi lo sợ thất bại bằng thái độ tích cực, tin tưởng. Chỉ có như vậy, công việc bán hàng mới trở nên thú vị, dễ dàng hơn cho bạn.

2

Hãy luôn hướng tới khách hàng tiềm năng, tin tưởng vào khả năng giao dịch thành công.

◀ NHỊP ĐIỆU CỦA NGÔN TỪ

Nên nói năng một cách rõ ràng và ngắn gọn, tránh áp úng, vội vàng.



TRÌNH BÀY RÕ RÀNG

Khi lo lắng, có thể bạn sẽ cố gắng bán hàng một cách vội vàng. Thay vào đó, bạn nên tiếp cận công việc bán hàng với một thái độ tích cực tự tin, nói năng một cách từ tốn, rõ ràng, tự tin và tránh áp úng. Chú ý đến hiệu quả của lời nói qua cử chỉ, dáng vẻ của khách hàng, hoặc đưa ra những câu hỏi có liên quan đến nội dung vừa trình bày. Chú ý nói chậm rãi khi cần thiết, cũng như đừng ngại những khoảng im lặng.

ĐÁNH GIÁ SỰ TỰ TIN:

Hãy xác nhận những ý sau đây:

- Tôi kiểm soát tốt tư duy của mình.
- Tôi có thể kiểm soát được cảm xúc.
- Tôi có thể tự khích lệ mình.
- Tôi không cần chờ người khác chấp thuận trước khi hành động.
- Tôi tuân theo những nguyên tắc hành xử của riêng mình.
- Tôi không phân nản khi công việc không trôi chảy.
- Tôi có lòng tự trọng cao.
- Tôi không phụ thuộc vào người khác.
- Tôi không đổ lỗi hay soi mói những lỗi lầm.

- Tôi không lo lắng về tương lai.
- Tôi không thích sự trì hoãn.
- Tôi không giận dữ.
- Tôi luôn học hỏi từ những thất bại
- Tôi đối xử với mọi người theo cách tôi mong muốn được người khác đối xử với mình như vậy.

Tất cả những câu trả lời của bạn phải là "Đúng". Nếu không, cần xem xét lại những khía cạnh có liên quan của chính bạn cho đến khi bạn đủ tự tin để trả lời là "Đúng". Đây chính là nền tảng vững chắc tạo nên sự tự tin trong công việc bán hàng của bạn.

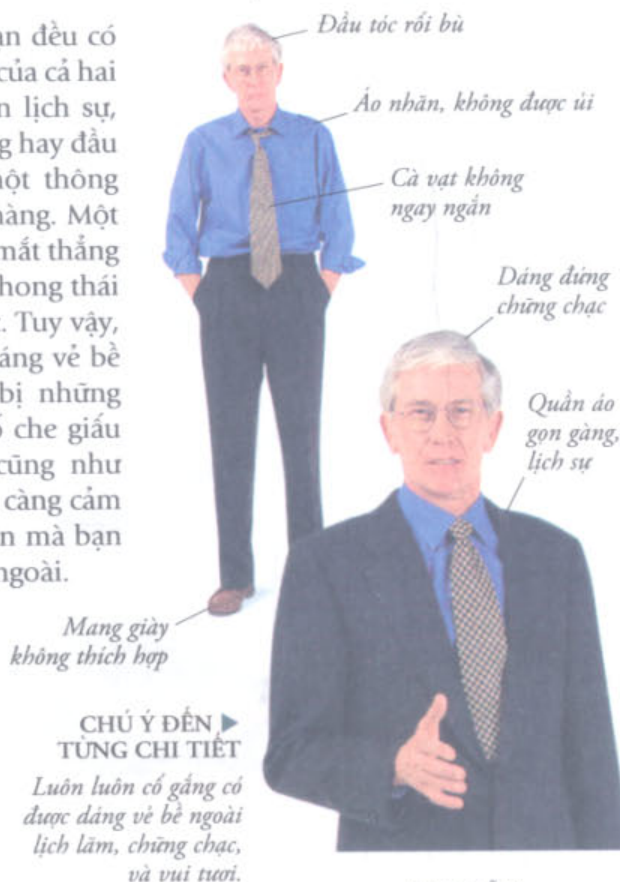
TẠO ẢN TƯỢNG TỐT

Về bề ngoài và cách cư xử của bạn đều có ảnh hưởng trực tiếp đến sự tự tin của cả hai bên trong giao dịch. Nên ăn vận lịch sự, như một bộ vét được ủi thật thẳng hay đầu tóc gọn gàng đều chuyển tải một thông điệp tốt về sự tự tin đến khách hàng. Một dáng đứng vững chãi, một ánh mắt thẳng thắn, một cái bắt tay chặt, một phong thái lịch lãm đều có tác dụng tích cực. Tuy vậy, không nên quá chú trọng đến dáng vẻ bề ngoài mà quên đi việc chuẩn bị những kiến thức cần thiết. Bạn càng cố che giấu kiến thức kém cỏi của mình cũng như thiếu sự chuẩn bị tinh thần, bạn càng cảm thấy bất an và đánh mất sự tự tin mà bạn cố công xây dựng từ dáng vẻ bề ngoài.

3

Nên lắng nghe lời khuyên của mọi người xung quanh về dáng vẻ bề ngoài và phong thái của bạn.

KHÔNG GỌN GÀNG



CHÚ Ý ĐẾN TUNG CHI TIẾT

Luôn luôn cố gắng có được dáng vẻ bề ngoài lịch lãm, vững chãi, và vui tươi.

LỊCH LÂM

XỬ SỰ KHI BỊ TỪ CHỐI

Khách hàng tiềm năng vì một lí do nào đó cảm thấy không thích bạn, không thích sản phẩm của bạn, hoặc cách thức bán hàng của bạn. Nhân viên bán hàng rất dễ cảm thấy nản lòng trước nguy cơ bị khách hàng từ chối. Bài học đầu tiên cần lưu ý khi xây dựng lòng tự tin là phải hiểu rằng những cảm xúc tiêu cực đều hạ thấp hiệu quả công việc và không có căn cứ. Cần ý thức rằng những điều bạn nghĩ về chính mình sẽ quan trọng hơn những gì bạn cho rằng người khác nghĩ về bạn. Đừng bao giờ nói hoặc nghĩ "không" thay cho người khác, nhưng nên nhìn nhận rằng họ cũng như bạn, có quyền từ chối. Nên nhớ rằng sự từ chối của khách hàng không phải là sự thất bại của người bán hàng, mà là một cơ hội họ mất đi.

4

Bạn phải tự tin vào chính bản thân mình nếu bạn muốn người khác tin ở bạn.

5

Nên thu gọn phần trình bày của bạn và sửa chữa những khiếm khuyết nếu có.

RÈN LUYỆN ĐỂ TỰ PHÁT TRIỂN

Người bán hàng giỏi là người bằng hái tự cải thiện mình. Họ học hỏi từ sách báo, băng đĩa, hoặc tham dự các khóa đào tạo. Họ biết rõ rằng quá trình phát triển bản thân và trau dồi chuyên môn sẽ tạo dựng nền tảng cho những thành công trong sự nghiệp.

6 Có kế hoạch học tập, nghiên cứu với những mục tiêu cụ thể.



MỞ RỘNG CHÂN TRÒI TRI THỨC

Một người chuyên nghiệp cần phải có một kiến thức toàn diện và cập nhật nhất về những nguyên tắc lý thuyết cũng như phương pháp thực tiễn trong nghề của mình. Tài liệu, băng đĩa, các khóa huấn luyện về kỹ năng và bí quyết bán hàng có sẵn khắp nơi, có thể hướng dẫn bạn trong các giao dịch mua bán. Những nguồn tri thức này cũng quan trọng không kém kiến thức về sản phẩm hoặc về công ty của bạn. Tài liệu về quản lý, kinh doanh, thương mại có thể cung cấp những kiến thức hữu ích cho công việc của bạn, như những phân tích, đánh giá về sự thành công của các công ty hay của những cá nhân xuất sắc. Đây vừa là nguồn thông tin xác thực, vừa là nguồn cảm hứng lớn lao cho những ai biết khai thác chúng.

▲ LUÔN HƯỚNG VỀ PHÍA TRƯỚC

Thành công có nền tảng từ tri thức thu thập được từ học tập, nghiên cứu. Do đó, bạn cần phải liên tục trau dồi kiến thức, phải am hiểu ít nhất là bằng với khách hàng để đảm bảo một mối quan hệ kinh doanh bình đẳng.

7 Cần liên tục cập nhật tri thức mới và rèn luyện những kỹ năng cần thiết.

