

**KỸ NĂNG BÁN HÀNG (Thạc sỹ Vũ Anh Trọng)**

**Nghệ thuật bán hàng trong kinh doanh**

*I. BÁN HÀNG VÀ NHÂN VIÊN BÁN HÀNG*

**1. Thuận lợi và bất lợi.**

<p><b>a. Thuận lợi:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Được gặp gỡ và và giao tiếp với các đối tượng khách hàng khác nhau.</li> <li>- Có được thu nhập hứa hẹn: Lương cố định + % doanh số.</li> <li>- Tạo ra sự linh hoạt trong công việc .</li> <li>- Có điều kiện học việc từ cơ bản.</li> <li>- Có cơ hội thăng tiến rất cao.</li> <li>- Tạo ra rất nhiều thách thức và tính trách nhiệm của từng thành viên.</li> </ul>	<p><b>b. Bất lợi:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Về thời gian không bao giờ có thời gian chính xác =&gt; ít được giám sát.</li> <li>- Xung đột tiềm ẩn giữa công ty và khách hàng mà bạn là người bạn đại diện.</li> <li>- Gây ra sự thất vọng khi hoạt động kinh doanh.</li> <li>- Có những định kiến tiêu cực.</li> <li>- Hay gặp phải sự bức tức trong công việc.</li> <li>- Ngại yêu cầu khách hàng mua sản phẩm.</li> </ul>
--	--

**Phẩm chất của nhân viên bán hàng.**

- Phải luôn biết tự động viên chính mình.
- Phải biết sử dụng thời gian một cách hiệu quả.
- Có thể tin và đáng tin.
- Phải luôn có động lực học hỏi để phát triển.
- Phải có đạo đức và giới kiến thức về sản phẩm.
- Có khả năng giao tiếp và xử lý tốt các tình huống.
- Có được sự nhạy cảm.

**2. Khái quát hoạt động bán hàng.**

- Bán hàng là công đoạn cuối cùng để hoàn vốn.
- Bán hàng là hoạt động thể hiện phong cách đồng thời thể hiện sự vận dụng sáng tạo.
- Bán hàng là hoạt động trao đổi và nhận tiền.

- Bán hàng là hoạt động kinh doanh giữa con người và con người nhằm khám phá, thoả mãn và có lợi cho cả hai bên.
- Bán hàng là sự khởi nguồn của tất cả các hoạt động.

**3. Các yếu tố ảnh hưởng đến hoạt động bán hàng.****a. Do sự phát triển của nền kinh tế và nhu cầu.**

- + Thời kỳ thiếu thốn qua đi, mọi thứ sản xuất ra đều bán được.
- + Thời kỳ vật chất tạm ổn định, khách hàng quan tâm đến chất lượng vật lý.
- + Khách hàng bắt đầu quan tâm đến chất lượng tâm lý (nhu cầu thiết thực được giải quyết).
- + Nền kinh tế càng phát triển thì kéo theo nhu cầu cùng phát triển theo.

**b. Do tâm lý và sự hiểu biết của khách hàng.**

- + Do khách hàng chưa biết tới sản phẩm dịch vụ.
- + Do khách hàng chưa nghe và sử dụng sản phẩm đó bao giờ.
- + Do khách hàng thiếu thông tin cần thiết về sản phẩm và dịch vụ.
- + Do khách hàng luôn mong chờ những sản phẩm và dịch vụ mới tốt hơn.
- + Do khách hàng chưa thật sự tin tưởng vào sản phẩm và nhân viên của doanh nghiệp.

**c. Do sự chủ quan của doanh nghiệp**

- + Lúc đầu coi trọng khách hàng, về sau chuyển sang coi trọng hoạt động bán hàng.
- + Tự cho mình thoả mãn thì khách hàng cũng thoả mãn.
- + Không quan tâm đến việc xây dựng cải tiến và hoàn thiện hoạt động bán hàng.
- + Không bao giờ lắng nghe những ý kiến phản hồi từ phía khách hàng.
- + Không chú ý đến chính sách và chiến lược của đối thủ cạnh tranh.

**d. Do đội ngũ bán hàng.**

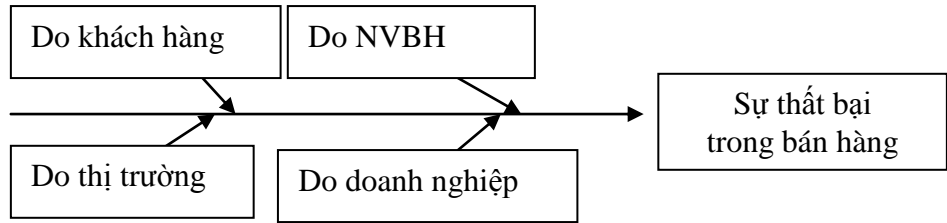
- + Do thiếu tính lịch sự trong giao tiếp.
- + Do thiếu trình độ chuyên môn nghiệp vụ.
- + Do thái độ bán hàng không lịch sự và niềm nở.
- + Do dáng vẻ bề ngoài không gọn gàng sạch sẽ.
- + Do tác phong làm việc không nhanh nhẹn, không có khả năng tạo thiện cảm.
- + Thiếu kỹ năng giới thiệu sản phẩm kém và tinh thần trách nhiệm không cao.

**So sánh hai phương pháp bán hàng:**

BAN HÀNG KIEU CU	BAN HÀNG KIEU TU VAN
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Nhân viên bán hàng là người rất giỏi thủ đoạn, mánh khoé.</li> <li>- Nhân viên bán hàng phản bác được ý kiến của khách hàng.</li> <li>- Nhân viên bán hàng tìm mọi cách để chiến thắng khách hàng.</li> <li>- Hoạt động bán hàng thực sự là một cuộc đấu trí.</li> <li>- Coi khách hàng là đối thủ và phục vụ họ không cần phong cách.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Nhân viên bán hàng là người hiểu biết, quan tâm đến khách hàng.</li> <li>- Nhân viên biết tìm giải pháp phù hợp cho mọi tình huống.</li> <li>- Nhân viên bán hàng và khách hàng đều cùng có lợi.</li> <li>- Hoạt động bán hàng cung cấp và hỗ trợ những sản phẩm tốt nhất.</li> <li>- Coi khách hàng là đối tác quan trọng và thực hiện một cách chuyên nghiệp.</li> </ul>

**Công cụ xác định nguyên nhân, gốc rễ gây ra thất bại trong bán hàng.**

- (55%) Do thiếu tính sáng tạo.
- (39%) Không có kế hoạch và tổ chức tồi.
- (37%) Thiếu sự hiểu biết về sản phẩm.
- (31%) Thiếu sự nhiệt tình.
- (31%) Thiếu quan tâm đến khách hàng.
- (23%) Thiếu đào tạo bài bản.
- (20%) Thiếu mục tiêu cá nhân rõ ràng.
- (19%) Thiếu hiểu biết thị trường.
- (16%) Thiếu kiến thức về công ty, doanh nghiệp mình.
- (9%) Thiếu sự kiểm soát chặt chẽ.



**II. NGHIÊN CỨU TÂM LÝ KHÁCH HÀNG.**

**1. Tại sao phải nghiên cứu khách hàng.**

- Chỉ khi nắm rõ được tâm lý khách hàng thì mới bán được hàng.
- Khi nghiên cứu giúp ta nắm rõ động cơ mua hàng của khách hàng.

- Chỉ có thể cung cấp những giải pháp tốt nhất để chúng ta hiểu khách hàng => Thoả mãn khách hàng.
- Đòi bên cùng đạt được mục tiêu.
- Khi nắm được tâm lý khách hàng => sẽ có những giải pháp tốt hơn cho lần sau.
- Tạo ra sự thân thiện và thấu hiểu nhau hơn.

## 2. Phân tích tâm lý một số đối tượng khách hàng

### a. Khách hàng là **phụ nữ**:

- Hiểu biết về hàng hoá tốt hơn là nam giới trừ một số mặt hàng.
- Họ rất thích thanh toán tiền và rất thành thạo.
- Thường chú ý đến mẫu mã của các sản phẩm dịch vụ.
- Rất thích mua hàng giảm giá.
- Thời gian lựa chọn và ra quyết định mua lâu.
- Rất hay lựa chọn và quyết định lâu.
- Rất hay phàn nàn về những hàng hoá đã mua.

### \* Khách hàng là **nam giới**:

- Thích được nhân viên bán hàng tư vấn.
- Thời gian lựa chọn và quyết định mua rất nhanh.
- Không thích mua hàng giảm giá, hạ giá.
- Thích thử thách nhân viên bán hàng.
- Quan tâm nhiều đến chất lượng sản phẩm.
- Thích các vấn đề phải rõ ràng.
- Họ thích mua hàng ở những cửa hàng có thương hiệu, có tiếng.

### \* Khách hàng là **người có kiến thức**:

- Họ đánh giá rất nhanh chóng về chất lượng, giá cả sản phẩm.
- Họ thích nhân viên bán hàng trả lời thẳng thắn các vấn đề họ đặt ra.
- Họ sử dụng rất nhanh chóng và chính xác các từ ngữ và thuật ngữ.
- Đồng thời họ hiểu rất rõ quy trình và hướng dẫn.
- Họ thích nhân viên bán hàng thể hiện tính chuyên nghiệp.

- Họ tư duy các vấn đề hết sức nhanh chóng.
- Họ quan tâm tới tất cả giá trị, chất lượng, hình thức.
- \* Khách hàng là **đối tượng khác**:
- Thường dựa vào kinh nghiệm đã có trong cuộc sống.
- Họ thích các giá trị thực tế hơn vẻ bề ngoài.
- Họ rất dễ tiếp thu những ý kiến của nhân viên bán hàng.
- Họ thích được phục vụ nhanh chóng tận tình chu đáo.
- Họ rất dễ hưng phấn nhưng cũng rất dễ bực bội và trút giận.
- Họ luôn hy vọng được những hàng hóa tốt hơn rẻ hơn.
- Họ luôn sợ bị thiệt thòi và chờ đợi cơ hội mới.
- Họ luôn muốn được đối xử một cách bình đẳng.

### III. YÊU CẦU VÀ KỸ NĂNG BÁN HÀNG CƠ BẢN

**“Người bán hàng giỏi là người biết lắng nghe”**

**“Nói là gieo và nghe là gặt”**

#### 1. Yêu cầu cơ bản đối với nhân viên bán hàng.

- **Nhân viên bán hàng phải có thái độ niềm nở và lịch thiệp.**
  - + Thể hiện ở sự yêu thích công việc.
  - + Phải biết chế ngự tình cảm.
  - + Biết phục vụ khách hàng một cách chu đáo, tận tình.
  - + Sẵn sàng tiếp thu những yêu cầu của khách hàng.
- **Nhân viên bán hàng phải có tính kiên trì.**
  - + Thể hiện tính sáng tạo.
  - + Phải biết chia sẻ lời khuyên: chỉ hướng dẫn, không chỉ đạo, dạy họ.
  - + Thể hiện sự năng động linh hoạt trong công việc giao tiếp.
  - + Thể hiện qua lời nói và cách ứng xử.
  - + Thể hiện qua thái độ và cử chỉ.
- **Nhân viên bán hàng phải trung thực, có đầu óc thẩm mỹ và kiến thức chuyên môn.**

- + Phải thẳng thắn trung thực với khách hàng trong mọi trường hợp
- + Không được lợi dụng khách hàng.
- + Biết trả lời chính xác, đầy đủ mọi câu hỏi của khách hàng trong mọi trường hợp.
- + Phải có mục đích rõ ràng và phấn đấu để đạt được.
- + Có khả năng am hiểu về sản phẩm dịch vụ của công ty.
- + Phải khả năng can thiệp tới sản phẩm dịch vụ.
- + Phải biết xác định công việc và cải tiến đồng thời phải biết lập danh sách ưu tiên công việc mỗi ngày.

#### **Những điều nên tránh nói với khách hàng:**

- Tôi ngạc nhiên vì ông (bà) chưa biết đến sản phẩm và dịch vụ của chúng tôi.
- Đó không phải là công việc của tôi.
- Xin lỗi đã hết giờ, tôi không thể phục vụ được.
- Ông (bà) là người đầu tiên than phiền về sản phẩm và dịch vụ của chúng tôi.
- Xin nhắc lại tên ông (bà) và cho biết yêu cầu của ông (bà).
- Vấn đề mà ông bà đưa ra đi ngược chính sách của chúng tôi.
- Than phiền với khách hàng về vấn đề mà mình gặp phải.

#### **2. Dụng cụ**

- Catalogue có gắn danh thiếp của bạn.
- Các bảng so sánh có gắn các chỉ tiêu.
- Thẻ quây và biểu mẫu bán hàng.
- Bảng giá, bút và sổ ghi chép.
- Tài liệu, dụng cụ chào hàng, trưng bày.
- Báo cáo bán hàng hàng ngày, hợp đồng mẫu, máy tính cá nhân.
- Cập nhật tài liệu và hồ sơ

#### **3. Tính chuyên nghiệp**

##### **a. Chuyên nghiệp trong dáng vẻ:**

- Tươi tỉnh, gọn gàng sạch sẽ.
- Trang phục phù hợp toát lên vẻ tự tin và tin cậy.

- Tác phong di chuyển phải nhanh nhẹn hoạt bát, phải lịch sự và chững chạc.
- Luôn mang theo sổ tay, bút và sẵn sàng ghi chép.

**Ghi nhớ:**

- Gây ấn tượng tốt từ đầu là rất quan trọng.
- Dáng vẻ chuyên nghiệp chứng tỏ bạn là người có năng lực.
- b. Chuyên nghiệp trong thái độ phục vụ:
  - Suy xét theo quan điểm khách hàng:
    - + Bán hàng không phải là sự chiến thắng trong một cuộc đấu trí.
    - + Bán hàng là giúp khách hàng thoả mãn nhu cầu của họ.
    - + Bán hàng giúp hai bên đều đạt được lợi ích.
    - + Bán hàng là bán giải pháp tốt với chi phí phù hợp.
    - + Bán hàng là bán sự nhanh chóng, nhiệt tình để đem lại lòng tin và sự thoả mãn của khách hàng.
  - Điều chỉnh cung cách cho phù hợp:

<b>Khách hàng</b>	<b>Phong cách nói chuyện</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>* Là người lịch sự và chuyên nghiệp (ăn mặc, dáng vẻ)</li> <li>* Khách hàng là người bình thường giản dị</li> <li>* Khách hàng là người lớn tuổi, trông có vẻ hơi lo lắng phân vân</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Trang trọng và chuyên nghiệp.</li> <li>* Thoải mái thân thiện</li> <li>* Thật nhẹ nhàng và kiên nhẫn.</li> </ul>

- Thể hiện thái độ chuyên nghiệp:
  - + Luôn biết làm hài lòng khách hàng.
  - + Mình chỉ hài lòng khi khách hàng hài lòng.
  - + Luôn thể hiện thái độ tôn trọng khách hàng.

**Ghi nhớ:**

- Bán hàng là phần thưởng giúp khách hàng thoả mãn nhu cầu.
- Lấy lại lòng tin khó hơn rất nhiều so với xây dựng lòng tin khách hàng.
- c. Chuyên nghiệp trong kiến thức về sản phẩm:
  - Hiểu về sản phẩm và dịch vụ:
    - + Nắm rõ sự ra đời sản phẩm và dịch vụ



- + Nắm được vị trí sản phẩm và dịch vụ đó trong hệ thống sản phẩm, dịch vụ nói chung.
- + Nắm được một số chỉ tiêu kinh tế, kỹ thuật, chỉ tiêu về an toàn.
- + Nắm được thông tin về sản phẩm của đối thủ cạnh tranh.
- Cần có kiến thức về sản phẩm:
- + Biết giải thích 4 điểm trên về sản phẩm và dịch vụ trên bằng ngôn ngữ dễ hiểu.
- + Phải cho khách hàng biết được lợi ích khi làm chủ sản phẩm dịch vụ.
- + Giải thích tại sao sản phẩm và dịch vụ chúng ta vượt trội so với đối thủ cạnh tranh.

d. Chuyên nghiệp trong quan điểm bán hàng:

- Quan điểm đối với khách hàng:
- + Trung thực, thẳng thắn và rõ ràng.
- + Đáp ứng các yêu cầu khách hàng một cách chuyên nghiệp.
- Quan điểm đối với công ty và đồng nghiệp:
- + Công ty là nơi tạo ra thu nhập để nuôi sống ta và gia đình.
- + Gắn bó tâm huyết với công ty.
- + Lấy sự phát triển của công ty làm cơ hội phát triển của mình.
- + Hỗ trợ và giúp đỡ đồng nghiệp cùng phát triển.
- + Trao đổi kinh nghiệm học hỏi lẫn nhau.
- Quan điểm đối với đối thủ cạnh tranh:
- + Tìm điểm mạnh để học hỏi và hoàn thiện.
- + Thực hiện các công việc hoàn hảo hơn để chiến thắng.

e. Chuyên nghiệp trong kỹ năng bán hàng:

- 1) Xem lại kế hoạch.
- 2) Mở đầu cuộc bán hàng.
- 3) Xem xét lại cửa hàng.
- 4) Chào hàng.
- 5) Kết thúc chào hàng.
- 6) Ghi chép số liệu

- 7) Thu tiền.
- 8) Trưng bày hàng hoá.
- 9) Kết thúc và đánh giá.

**f. Thực hiện kỹ năng bán hàng.**

**1) Xem xét lại các kế hoạch cho cửa hàng:**

- Xem lại mục tiêu phải đạt được:
- + Xem lại doanh thu và mục tiêu phân phối.
- + Xem lại các chỉ tiêu trưng bày theo quy định
- + Xem xét các chương trình khuyến mãi và dịch vụ hỗ trợ khách hàng.
- Xem lại các điều kiện về thẻ quầy:
- + Xem xét các cơ hội và khó khăn còn tồn tại.
- + Xem xét các vấn đề còn vướng mắc và các giải pháp.

**2) Tiếp cận khách hàng:**

- Lựa chọn thời điểm tiếp cận cho phù hợp.
- Điều chỉnh cung cách nói chuyện cho phù hợp:

<b>Khách hàng</b>	<b>Cung cách nói chuyện</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>* Là người đòi hỏi nhiều vấn đề</li> <li>* Là người hoà nhã và dễ mến</li> <li>* Là người tháo vát và thực tế.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* NVBH phải đối đáp một cách tự tin và lịch sự.</li> <li>* NVBH phải biết kéo dài câu chuyện và hỏi thăm thêm và xây dựng mối quan hệ.</li> <li>* NVBH phải nhanh chóng hướng sự chú ý của họ vào sản phẩm và dịch vụ.</li> </ul>

**3) Mở đầu cuộc bán hàng.**

- Quan sát bộ mặt tổng quát của cửa hàng.
- Chào hỏi chủ cửa hàng và nhân viên cửa hàng: thân thiện nồng nhiệt và cởi mở.
- Kiểm tra các Poster của mình và đối thủ cạnh tranh.
- Thể hiện phong cách chuyên nghiệp.
- Xin phép được xem xét cửa hàng cũng như hàng hoá.

**Ghi nhớ**

- Ấn tượng ban đầu là khắc sâu hơn hết và mỗi khách hàng có cá tính riêng.
- Chào lịch sự nhưng không qua vồn vã và gây áp lực với khách hàng.
- Hãy gọi tên khách hàng khi nói chuyện.

#### 4) Xem xét cửa hàng và đánh giá khách hàng:

- Xem xét cửa hàng nhằm mục đích:
  - + Kiểm tra hàng tồn và nơi trữ hàng.
  - + Kiểm tra giá cả, phải kiểm tra chất lượng sản phẩm hàng hoá..
  - + Kiểm tra hoạt động trưng bày và các chương trình khuyến mãi.
  - + Kiểm tra hoạt động của đối thủ cạnh tranh.
  - + Kiểm tra các poster của mình và đối thủ.
  - + Kiểm tra không gian và kệ trưng bày, kiểm tra sự có mặt các nhãn hàng.
  - + Kiểm tra kho hàng để ghi nhận mức hàng tồn kho của tất cả các chủng loại sản phẩm.
  - + Kiểm tra chất lượng hàng tồn kho của đối thủ cạnh tranh.
- Đánh giá khách hàng:
  - + Tại sao phải đánh giá khách hàng:
    - Đánh giá khách hàng để nắm bắt được nhu cầu thực của họ.
    - Chúng ta có được thông tin cần thiết về khách hàng, từ đó để có được phương pháp tư vấn cho khách hàng phù hợp.
      - Có được cơ sở để củng cố và phát triển niềm tin.
      - Nắm bắt được khả năng thanh toán của khách hàng.
  - + **Những điểm cần lưu ý đối với nhân viên bán hàng khi đánh giá khách hàng.**
    - Những điều mà nhân viên bán hàng  **nên làm**:
      - + Luôn xác định chúng ta có hai tai nhưng chỉ có một miệng.
      - + Chúng ta phải biết đặt những câu hỏi thích hợp.
      - + Tạo điều kiện thời gian và không gian khách hàng nói về mình.
      - + Xác định xem khách hàng có muốn mua sản phẩm dịch vụ đó hay không.

+ Khéo léo hỏi về cuộc sống và sở thích của khách hàng, từ đó tìm kiếm những đề tài mà khách hàng thích nói chuyện.

+ Hãy trả lời và giải thích câu hỏi của khách hàng bằng những câu hỏi thích hợp.

+ Hãy xác định sự quan tâm và lợi ích chung về sản phẩm và dịch vụ với khách hàng.

- Những điều **không nên làm**.

+ Không nên hấp tấp, trình bày sản phẩm và dịch vụ.

+ Không nên chê sản phẩm và dịch vụ của đối thủ cạnh tranh một cách không công bằng.

+ Không bao giờ nên thổi phồng quá sản phẩm và dịch vụ của mình.

+ Không bao giờ hứa với khách hàng điều mà mình không chắc chắn.

+ Nên biết đặt những câu hỏi thích hợp và lắng nghe ý kiến của khách hàng.

+ Trò chuyện với khách hàng về nhu cầu của họ, về những điều mình thích.

### 5) Chào hàng và trình bày sản phẩm dịch vụ:

#### a. Chào hàng

- Trình bày quầy chào hàng phải nêu bật được đặc điểm kinh doanh có lợi cho quầy hàng và khách hàng.

- Trình bày bằng thẻ quầy và hệ thống bảng biểu.

- Giới thiệu sản phẩm dịch vụ mới đồng thời lắng nghe ý kiến khách hàng.

#### b. Trình bày sản phẩm và dịch vụ.

- Thứ tự trình bày.

+ Giới thiệu lý do ra đời của sản phẩm và dịch vụ.

+ Thông báo nhãn hàng mới được tung ra thị trường.

+ Giải thích được công dụng và lợi ích sản phẩm và dịch vụ mới.

+ Trình bày các chương trình hỗ trợ và quảng cáo.

#### **Chú ý khi trình bày.**

- Trình bày từ từ, rõ ràng bằng ngôn ngữ dễ hiểu.

- Vừa trình bày vừa quan sát thái độ khách hàng.

- Trình bày thêu những quan điểm công ty hay khách hàng.

- Trong quá trình trình bày, không nên có những động tác thiếu lịch sự. Đặc biệt là vừa trình bày vừa phải lắng nghe câu hỏi của khách hàng.

**Ghi nhớ:**

- Khi khách hàng hỏi nên trả lời mạch lạc, rõ ràng, nếu không trả lời được ngay nên tham khảo tài liệu tại chỗ và hỏi đồng nghiệp.

- Nói thật là rất quan trọng và khách hàng đánh giá cao điều đó.

**6) Thương thảo và kết thúc giao hàng:****a. Quy tắc trong thương thảo:**

- Phải vượt qua được sự phản đối của khách hàng.
- Sự phản đối không phải là tín hiệu của sự cự tuyệt.
- Nhân viên bán hàng cần khuyến khích khách hàng nói ra những khúc mắc đó.
- Lắng nghe khi khách hàng nói và không ngắt lời, không bao giờ tranh cãi với khách hàng.
- Hãy thảo luận với khách hàng và tìm phương hướng giải quyết.

**b. Chào giá**

- Trước khi nêu giá, hãy nói cho khách hàng biết những gì liên quan đến sản phẩm và dịch vụ.
- Khi nêu giá, hãy nêu một cách gián dị, rõ ràng, tự tin.
- Hãy nhìn thẳng vào khách hàng khi nêu giá (không lác đầu, nhún vai).

**Ghi nhớ:**

- + Không bao giờ lườm gạt khách hàng.
- + Chỉ cho khách hàng thấy giá trị sản phẩm dịch vụ với giá cả hợp lý.
- + Luôn giữ vững quan điểm hợp tác chứ không tranh đấu với khách hàng.

**c. Kết thúc chào hàng**

- Dấu hiệu kết thúc chào hàng:
  - + Khách hàng yêu cầu sửa đổi một số điều khoản đưa ra.
  - + Khách hàng đồng ý với những quyền lợi và kế hoạch mà bạn đưa ra.
  - + Khách hàng đồng ý với cách giải thích của bạn về những gì mà bạn phản bác.
  - + Khách hàng có biểu hiện thích sản phẩm và ý tưởng của bạn.

+ Khách hàng hỏi đến giá cả và dịch vụ cũng như địa điểm giao hàng.

+ Có sự ngập ngừng, biểu hiện cân nhắc trước khi đưa ra quyết định.

+ Có một số câu hỏi thăm dò.

- Kỹ năng kết thúc

+ Đề nghị thẳng với đơn đặt hàng.

“em giao cho chị năm thùng nhé”

+ Đưa ra sự lựa chọn 1 trong 2 và cái nào cũng được.

“Em giao cho chị cái màu xanh hay cái màu đỏ”

+ Ta sử dụng câu hỏi mở.

“em sẽ giao hàng cho chị ngay nhé”

+ Sử dụng kỹ năng kết thúc chủ động.

“chị đồng ý thì em sẽ về lên kế hoạch chi tiết”

- Điều kiện để kết thúc thành công:

+ Hãy làm tất cả để đem lại sự tin tưởng cho khách hàng.

+ Đừng ngại đề cập tới vấn đề đơn đặt hàng.

+ Kết thúc dựa vào tình huống cụ thể.

+ Đừng nán nã với bất kỳ một vấn đề đã được quyết định.

+ Hãy coi như mọi việc được thoả thuận và tiến hành bước kế tiếp.

### **7) Giao hàng, ghi chép và thu tiền.**

- Giao hàng:

+ Sau khi có đơn hàng ta tiến hành (hoặc giám sát) hoạt động giao hàng.

+ Đảm bảo hàng hoá được giao phải đầy đủ, đúng hẹn và đúng địa điểm.

+ Nhắc nhở khách hàng đọc kỹ hướng dẫn trước khi sử dụng.

+ Gọi điện lại để kiểm tra khách hàng có cần tư vấn gì thêm không.

- Ghi chép:

+ Chọn đúng vị trí, đúng chỗ để tiến hành hoạt động ghi chép mà không ảnh hưởng đến hoạt động kinh doanh của cửa hàng.

- + Hoàn thành đơn hàng và cập nhật thẻ quầy.
- + Phải chắc chắn số liệu báo cáo được hoàn tất.
- + Cập nhật báo cáo hàng ngày theo quy định.
- Thu tiền:
  - + Mục tiêu là thu được tất cả các khoản nợ đến hạn của khách hàng.
  - + Thu tiền phải kiên quyết nhưng phải hết sức khéo léo.
  - + Hoàn tất thủ tục và giấy tờ cần thiết.
  - + Tìm rõ nguyên nhân của những khoản nợ quá hạn. Trong trường hợp khách hàng không có khả năng thanh toán hãy tìm hiểu lý do, đánh giá mức độ rủi ro, tìm cách hỗ trợ và giúp đỡ khách hàng giải quyết.

#### **8) Liên hệ và níu giữ khách hàng:**

- Liên hệ khách hàng:
  - + Liên hệ sau bán hàng là sự khởi đầu và kết thúc của một chu trình bán hàng.
  - + Tiến trình liên hệ và lưu giữ khách hàng thường là 1 tuần, 1 tháng hoặc 1 năm.
  - + Liên hệ và lưu giữ khách hàng là phương pháp quản trị để giữ khách hàng cũ và có thêm khách hàng mới: Duy trì 2% khách hàng cũ tương đương với cắt giảm 10 % chi phí.
  - + Mất 7 lần thăm để đạt được 1 thương vụ mới nhưng chỉ là 4 lần với khách hàng cũ hoặc được khách hàng cũ giới thiệu.
- Trưng bày hàng hoá:
  - + Đảm bảo việc trưng bày hàng hoá theo đúng tiêu chuẩn của công ty.
  - + Phối hợp với hệ thống cửa hàng để thống nhất cách trưng bày.
  - + Trưng bày phải đảm bảo tính thẩm mỹ và an toàn.

#### **9) Tổng kết và đánh giá:**

- Chắc chắn rằng bạn đã để lại được ấn tượng tốt đẹp của bản thân và doanh nghiệp.
- Đánh giá kết quả vừa đạt được, phân tích điểm mạnh điểm yếu cần hoàn thiện.
- Thông báo lịch viếng thăm lần kế tiếp cho khách hàng.
- Dùng công cụ của vòng tròn Deming để cải tiến.