KỸ NĂNG GIAO TIẾP VÀ NGHỆ THUẬT BÁN HÀNG

Trong buôn bán người chiến thắng là người lấy được tiền trong túi khách hàng – không phải là nói cho đã.

Khi bán hàng cho khách mà khách hàng phải cám ơn anh với nụ cười rạng rỡ - thì anh mới là người bán hàng giỏi

HỘI MARKETING VIỆT NAM

Marketing

GIỚI THIỆU

- "Muốn bán hàng giỏi trước tiên hãy biết tự bán mình" (Micheal Dupres)
- Đừng có cứ l**úc nào cũng** chăm chăm vào hàng hóa và lợi nhuận
- Người bán hàng giỏi là người thuộc tên khách hàng. Gặp khách hàng lần thứ 2 là phải "gọi" tên khách hàng

Đường cong hiệu suất làm việc

- **Năng suất làm việc**
- **Bắt đầu (starting) từ 10 phút đầu tiên**
- **Đạt đỉnh điểm ở 120 phút (do vậy người ta khuyên tài xế cứ 120 phút thì nghỉ 1 lần)**

10 PHÚT KHỞI ĐỘNG

HỘI MARKETING VIỆT NAM

Marketing

Kỹ năng

- Điều quan trọng nhất khi giao tiếp là:

"SỰ TỰ TIN"

- Kiến thức về sản phẩm là quan trọng
- Kỹ năng truyền đạt

2 vấn đề này gắn liền với quá trình học hỏi và rèn luyện

Là trái tim của của kỹ năng giao tiếp

Kỹ năng

Đây là linh hồn của mọi cuộc giao tiếp

SỰ CHÂN THÀNH

(Là cái tâm, phần mềm)

Kỹ năng (không phải sự lừa đảo) giao tiếp là phương pháp **truyền đạt** sự chân thành

- **Chân thành** mà không khéo thì vụng về!
- Sự chân thành là nền tảng nhưng phải có sự khéo léo lên trên nó!

Kỹ năng

Nên làm điều này trước khi chia tay khách hàng…

Tiểu xảo: **GỌI TÊN HỌ**

- Tăng tình cảm sau khi chia tay
- Trong khi nói chuyện phải gọi tên họ
- Tuy nhiên đây là "gia vị":phải đúng liều lượng
- Nếu đưa tên vào nhiều quá: sẽ vượt liều lượng, người ta sẽ cảm giác mình "xạo" quá

Kỹ năng

Trước các thắc mắc gay gắt của KH, điều quan trọng nhất đối với bạn là một lời khuyên quan trọng: KHÔNG ĐỐI ĐẦU

- Đừng dùng lý bắt bẻ khách hàng – dù ngay cả bạn đúng vì điều này làm cho họ mất mặt
- Khéo léo giải thích cho họ hiểu ra, để giữ quan hệ
- Bản năng thường khi thắc mắc gay gắt là dùng lí lẽ để chứng minh mình đúng
- Việc thực hiện rất khó. Cần phải có chữ “nhẫn” trong người
- Nhiều khi phải tự ám thị “ông khách hàng này gặp mình là may nếu gặp người khác là chết rồi” để có thể làm việc với khách hàng

Kỹ năng

Nên luôn nhớ đưa yếu tố này vào trong cuộc tiếp xúc với khách hàng

THỜI GIAN

- **Anh có rảnh không tôi có thể nói chuyện với anh 10’ không?**
- **Hãy cố gắng làm sao, yếu tố thời gian là khởi đầu của tất cả**
- **Khi người ta không tập trung thì đưa yếu tố thời gian vào vào không nên quá 10’**

Kỹ năng

Có 1 câu tục ngữ Trung Hoa nói rằng người có cá tính này thì không thể kinh doanh được

NGƯỜI KHÔNG BIẾT CƯỜI ĐỪNG MỞ CỬA TIỆM!?

TĂNG TỐC

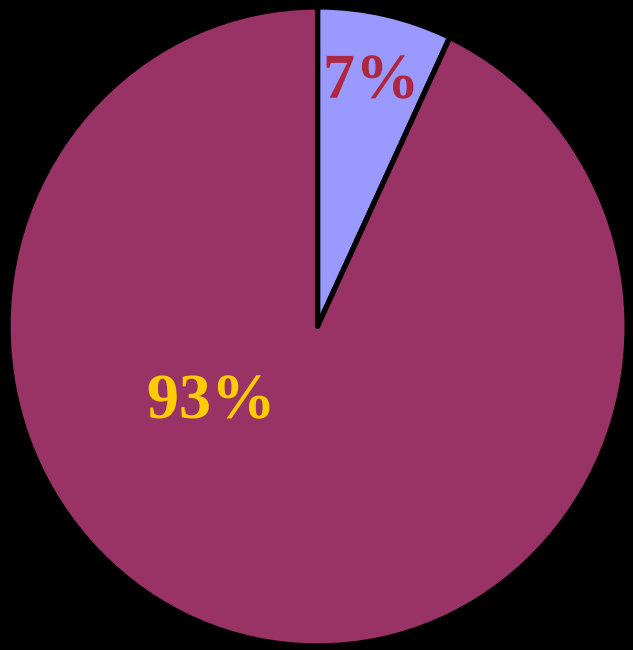
KỸ NĂNG GIAO TIẾP VÀ NGHỆ THUẬT BÁN HÀNG

BẠN CÓ BIẾT?

HỘI MARKETING VIỆT NAM

Marketing

1- Cứ 14 khách hàng bất mãn: (1 người phàn nàn, 13 người khác không nói trực tiếp)



13 .....

2- Mỗi 1 người trong số 13 người đó sẽ kể lại với ít nhất 10-11 người

→baïn coù nguy cô maát ñi 140 khaùch haøng tieàm naêng khaùc

TẠI SAO MẤT KHÁCH HÀNG?

- MỘt nghiên cứu của Viện ng/cứu doanh nghiệp vừa va nhỏ ở Mỹ cho biết:
- Trong 100 khách hàng bị mất, trung bình có:
- · 1 người chết
- · 3 ngươi chuyển chỗ ở
- · 5 người không làm công việc mua hàng nữa
- . 9 người mua ở nơi khác (nguyên nhân cạnh tranh)
- . 14 người vì không hài lòng về cách giải quyết khiếu nại
- . 68 người bất mãn vì người bán hàng (nhiều khi chỉ là cách đối xử của ông bảo vệ)

→ Như vậy 82% nguyên nhân mất khách vì dịch vụ khách hàng (kỹ năng bán hàng rất quan trọng)

HỘI MARKETING VIỆT NAM Marketing

Phần A

Bán hàng là gì?

Là một quá trình

Người bán hàng là người hướng ngoại

Chủ động – dẫn dắt khách hàng họ mua hàng với sự vui mừng – mang nghĩa chất lượng hơn số lượng

GIAO TIẾP CHỦ ĐỘNG

Trong đó người bán

- ✔ ***Cung cấp thông tin***
- ✔ ***Thuyết phục khách hàng***
- ✔ ***Theo dõi, hướng dẫn sử dụng sản phẩm và giải quyết phát sinh sau khi bán _***

TIẾN TRÌNH GIAO TIẾP TRONG MỘT HOẠT ĐỘNG bán hàng

1. Bán hàng tại chỗ: thợ săn đặt bẫy

2. Bán hàng thực địa: thợ săn kiếm mồi (thường con mồi lớn)

- ***Bước 1***. Chuẩn bị cho việc bán hàng – cũng là quá trình tìm hiểu
- Bước 2. Tiếp xúc khách hàng
- ***Bước 3***. Tìm hiểu và phân tích nhu cầu, tiềm năng của khách hàng (mua cho họ hoặc cho ai)
- Bước 4. Giới thiệu sản phẩm , thuyết phục khách hàng
- Bước 5. Trả lời ý kiến thắc mắc của khách hàng
- Bước 6. Kết thúc cuộc giới thiệu – bán hàng
- ***Bước 7***. Theo dõi và phát triển tiếp quan hệ với khách hàng (nuôi dưỡng khách hàng phải xuất phát từ sự chân thành và khéo léo)

HỘI MARKETING VIỆT NAM
Marketing

(Thường bước 1, bước 3 và bước 7 là không làm)

Báo giá ở bước mấy? Báo giá chỉ nói ra khi khách hàng đã thích sản phẩm, khi thích rồi thì con số dễ chấp nhận – nên báo giá ở sau 5 trước 6.

Nếu nói giá ngay từ đầu suốt cuộc nói chuyện chị quay quanh việc báo giá do vậy phải dùng chiêu "Hoãn Binh" + "Chuyển Hướng" bằng câu:

Giá để tí nữa em sẽ thông báo anh cụ thể, anh hay xem cái này có tính năng hay lắm" lôi khách hàng vào kỹ thuật sản phẩm

Anh yên tâm đi giá đối với anh là đặc biệt, giá công ty em là hợp lý đó. nhưng anh mua cho ai, mua nhiều hay mua ít

Đây là những câu thuộc lòng, để kiểu gì cũng lôi họ vào vòng chủ động

HỘI MARKETING VIỆT NAM
Marketing

Có 6 cách để làm cho việc giá nhẹ đi. Một con số phải làm cho rẻ đi.

Miễn phải nói chân thành và khéo léo

Dù giá là một ưu thế đừng nói ra trước. Vì người ta chưa biết sản phẩm thì giá có rẻ sẽ làm người ta nghi ngờ

Khi gọi điện thoại đừng có bao giờ báo giá và đi vào chi tiết mà phải “dụ” khách hàng tới bẫy mới “thịt” khách hàng

4 kiến thức cơ bản của người bán hàng

- 1- Hiểu biết về sản phẩm
- 2- Hiểu biết về khách hàng
- 3- Hiểu biết về đối thủ cạnh tranh
- 4- Hiểu biết về công ty và đối tác của công ty

2-Hiểu biết về khách hàng

Nhận dạng khách hàng

↓

Xác định cá tính

↓

Cách ứng xử

“Hãy biến khách hàng thành 1 đối tác của bạn chứ không phải 1 đối thủ bạn phải khuất phục”
Eilfelky

?

Nhận dạng

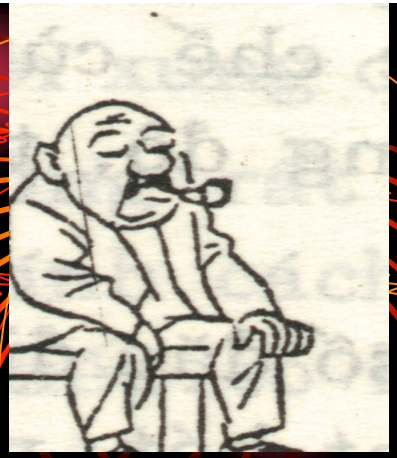
Nhận biết

Cách ứng xử

11 dạng người thường gặp và thái độ của bạn

1. Người "Trầm tư"

- ***Ít nói, chăm chú nghe, hành động chậm rãi.***



Thái độ của bạn?

"<u>*Chuyên nghiệp*</u>":

Kiến thức giỏi - Kỹ năng tốt - Thái độ tốt - Trách nhiệm cao

Không để cảm xúc chi phối vào công việc-

Nói ít, Cười ít, Dùng câu ngắn, chính xác, chăm chú nghe

2. Khách hàng chủ động

- **Tươi cười, xởi lởi, quan tâm**
- **Khách hàng cực kỳ khó đòi tiền, trong giao tiếp họ luôn ở thế thượng phong**

Thái độ của bạn??

“Cởi mở”

- Nói ít thôi, chăm chú nghe tìm ra kẽ hở, chêm vào những câu khen, khích lệ “thế hả, hay quá nhỉ, thôi đi bà nội”

- Làm cho họ thỏa mãn nói

3. Người Đa nghi

Không đồng ý, hay nghi ngờ, so sánh

Thái độ của bạn??

- Nói ít, thà không nói, mà ngầu
- Nói những câu chắc chắn, dùng những từ khẳng định mạnh "bảo đảm, chắc chắn, yên tâm…"
- Sự "Tự tin" mới xóa tan nghi ngờ
- Tạo cho họ cảm giác không cần bán, không ép "anh cứ đi tham khảo đi" đuổi họ đi

-Nhưng nếu tự tin đó là người ta đi mất do vậy phải kèm theo 1 câu nữa để gây "hoang mang"

"Anh cứ đi xem có thể thế này, có thể thế kia nhưng không đâu nhưng hên xui, mà nó rẻ hơn tới mấy trăm n…." vừa đấm vừa xoa để gây hoang mang

Marketing HỘI MARKETING VIỆT NAM

4. Người lịch sự

Dễ chịu, tế nhị,
không thích bị ép
Thái độ của bạn

Chân thành
Cho thấy mình ghi nhận tấm lòng của khách hàng
Không nên dùng tiểu xảo

5. KH PHÓNG KHOÁNG

- **Không quan tâm chi tiết nhỏ nhặtt ...**
- **Nói bao nhiêu nói 1 giá thôi**

Thái độ của bạn??

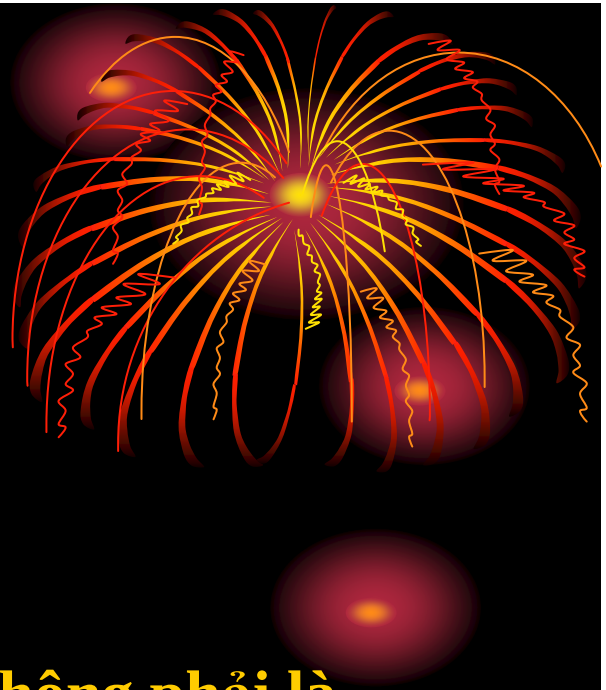
- Nhanh nhẹn
- Em nói với anh chỉ nói một giá thôi
- Phải biết tạo cho họ những bất ngờ thú vị (dành những ưu đãi đặc biệt vào phút chót, đòi hỏi táo bạo)
- Người phóng khoáng không muốn mình phóng khoáng hơn nên dễ dàng bị chinh phục nếu mình phóng khoáng lại

HỘI MARKETING VIỆT NAM
Marketing

6. Khách hàng kỹ tính

- **Phân tích kỹ, chi tiet, hỏi nhiều, tỉ mỉ**

Thái độ của bạn?



<u>Kiên trì</u> : vì khách hàng kỹ tính không phải là khách hàng lớn, nhưng một khi họ đã mua họ là khách hàng trung thành, vì họ ngại nghiên cứu lại từ đầu, và họ không phiêu lưu

Họ sẽ trở thành con "chim mồi" cho mình, vì người ta kỹ tính thì họ dễ tạo niềm tin cho người khác. Và họ là người hướng dẫn cho người khác mua hàng

7. Khách hàng hách dịch-chảnh

- **Thích ra lệnh, dạy đơi: "tôi muốn ..., tôi cần ...", khó tính một cach quá đáng.**

Thái độ của bạn

- "nhún nhường" không ăn thua lời nói, không có chuyện ai hơn ai
- Nâng họ lên, hạ mình tối đa như nô lệ
- Không ăn thua, hơn thua là ai chịu bỏ tiền ra

8. Khách hàng nhút nhát

- **Né tránh, ngại ngần, không dám quyết định**

Thái độ của bạn

- “Ân cần”, không đề cấp trực tiếp đến đề tài bán hàng mà bằng những câu chuyện xã giao – “xoắn ốc”
- Đừng hỏi anh cần mua gì?
- Mà mời anh vào xem, xe anh cứ để yên không sao có bảo vệ, hỏi về chuyện khác để khuyến khích họ
-

9. Khách hàng khó tính

Ít khi hài lòng, hay cự nự, hơi 1 tí là làm to chuyen

Thái độ của bạn

-Khéo léo (5 bước xử lý khách hàng nóng tính)

1. **Cách ly** (cô lập), dạ mời anh vào đây…lấy nước cho họ uống
2. **Hoãn binh**, anh đợi em một chút, anh uống nước đi
3. **Lắng nghe**: bây giờ có gì xin anh trình bày – không cãi
4. **Ghi chép**: lấy viết và giấy, khi mình ghi họ phải nói chậm lại, và những lời nặng họ không nói ra, mình có thời gian suy nghĩ – và đệm vào những câu "Dạ, Dạ,… em hiểu", ngước mắt lên và nói 1 câu "còn gì nữa không anh" với giọng thiện chí – để cho họ xả hết cho họ mệt. Thở dài ra
5. **Trả lời**:

HỘI MARKETING VIỆT NAM Marketing

10. KHÁCH HÀNG THỜ Ơ

- **Không có động cơ rõ rệt, nhiều khi chỉ quan tâm lấy lệ**

... Thái độ của bạn

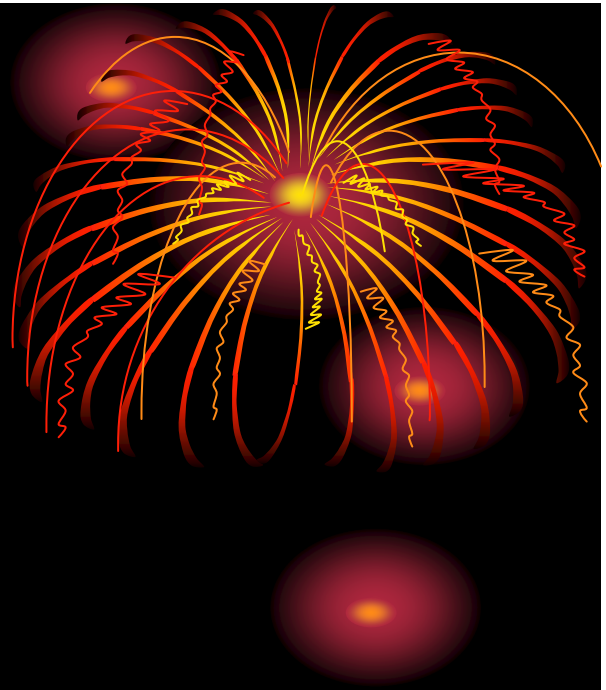
- “Gây chú ý”, gây tò mò để chống thờ ơ
- Tùy vào sự sáng tạo để tạo sự chú ý

11. Khách hàng do dự

- **Do tính cách thiếu quyết đoán nên họ luôn lưỡng lự không quyết định được.**

- Đừng bao giờ hỏi họ có hay không vì họ sẽ trả lời không cho an toàn
- Phải “quyết dùm” cho họ: đừng quyết dùm nửa vời “cái xanh và cái đó anh lấy cái nào, mà cái xanh nó phù hợp với anh hơn…, lấy hóa đơn ra, lấy bao bì ra, hỏi địa chỉ, hỏi phương thức thanh toán.

Xem tướng khách hàng



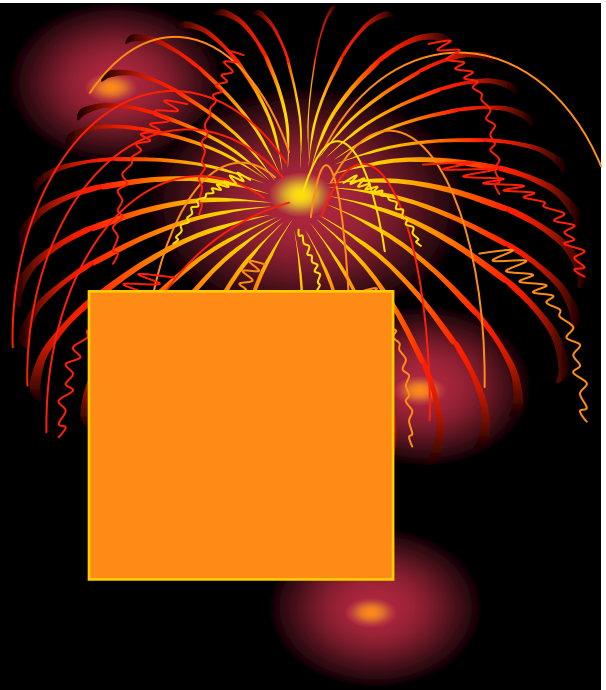
Mặt dài, gầy ốm, xương xương:

- Có kế hoạch, biết sắp xếp
- Hướng nội, nhạy cảm, hay suy nghĩ
- Dễ tự ái, xài tiền cẩn thận, kỹ tính
- "***Thiếu quyết đoán***"
- Biết giữ lời hứa

Thái độ của bạn: Hù

- *Số 6 và 11*
- *Gia tăng sức ép họ, gây hoang mang một tí để họ phải đến quyết định*

Xem tướng khách hàng



Người mặt vuông

- Cá tính mạnh, lý trí mạnh
- Có tài lãnh đạo, có uy tín
- Độc tài, bảo thủ, độc đoán không nghe ai
- Tiêu biểu theo chủ nghĩa thực dụng
- Rõ ràng minh bạch
- Xài tiền rất hợp lý
- Sòng phẳng

<u>Thái độ của bạn:</u> Chiều

- *Cung cấp thông tin, lý lẽ về lợi ích*

-Tình cảm vô tác dụng

Xem tướng khách hàng

Người mặt tròn – bốc

- Lạc quan, cởi mở
- Có tài giao tiếp
- Xài tiền táo bạo
-Không có kế hoạch
-Mua theo cảm hứng
- Chi trả không chắc chắn: khi thu nợ có là lấy
- Hay thay đổi

Thái độ của bạn: ***Dụ***

Xem tướng khách hàng

Người mặt trái xoan – người mặt dài bầu

- Ôn hòa và hiền hậu, dễ bị động lòng

- Thích chiều người khác

- Tò mò, đưa chuyện. Tung tin đồn gì ghé vào cô mặt trái xoan, và cuối cùng có câu cuối cùng nói đừng cho ai biết nhé

- Cả nể do dự, có thể thay đổi lập trường 180% độ

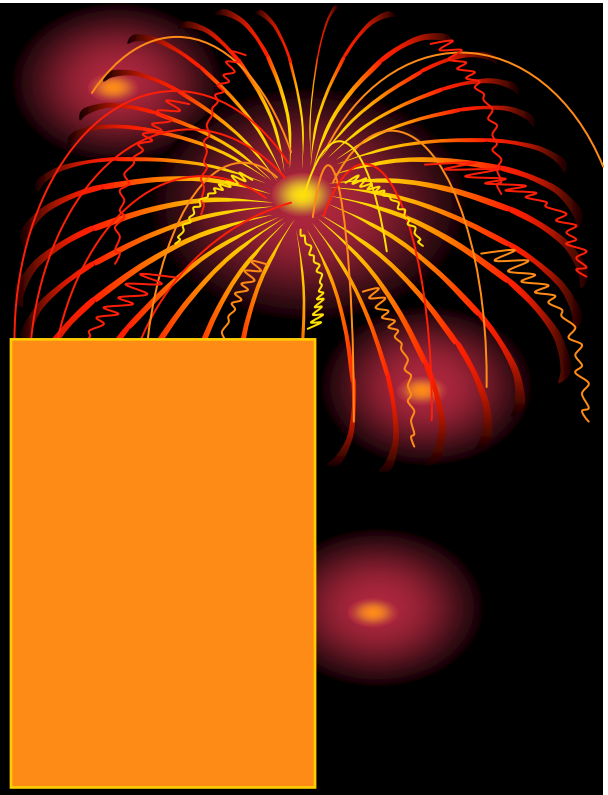
- Thanh toán bình thường

<u>Thái độ của bạn:</u> đánh vào lòng trắc ẩn, đánh vào sự cả nể - Tốt

- Tốt với họ, họ không để bạn thiệt thòi

Xem tướng khách hàng,

Người mặt chữ nhật



- Lãng mạn, mơ mộng
- Lịch sự, dễ chịu
- Ưu chuộng hình thứ
- Nói năng kiểu cách
- Sĩ diện cá nhân
- Mua bằng cảm tính
- Thanh toán trung bình

Thái độ của bạn: Đánh và cái sĩ (Kích họ)

Người như anh phải như thế này

Xem tướng khách hàng,

Người mặt tam giác

- Thông minh, khéo léo, luôn ở thế thượng phong
- Kiên nhẫn, tính mục tiêu cao
- Bảo thủ
- Đa nghi
- Cẩn thận, biết giữ lời

Thái độ của bạn: Kỹ

- Cẩn thận, thận trọng

Xem tướng 2 vợ chồng

- Nam dài, nữ dài: chồng lãnh đạo
- Nam vuông, nữ vuông: rất giàu, Vợ lãnh đạo
- Nam tròn, nữ tròn: vui vẻ, chan hòa, xài tiền giữ, chồng lãnh đạo
- Nam dài, nữ vuông: vợ lãnh đạo/quyết hết
- Nam dài, nữ tròn: **vợ lãnh đạo**, bà vợ bô lô ba la, tiêu biểu của gia đình mẫu hệ
- Nam vuông, nữ dài: chồng lãnh đạo
- Nam vuông, nữ tròn: chồng lãnh đạo
- Nam tròn, nữ dài: chồng ham vui, vợ chặt chẽ, chồng lãnh đạo
- Nam tròn, nữ vuông: Vợ lãnh đạo

Bàn tay cũng nói nhiều điều

- **Miệng nói, tay chặt: độc đoán**
- **Bàn tay chụm ngón: tử tế, người làm sư phạm, thích tổng hợp vấn đề**
- **Bàn tay đưa ra trước và xoay tròn: bàn tay lan man, thường nói lan man**
- **Ngón cái đưa ra: người tự cao. Cái "tôi" lớn**
- **Ngón cái cong: khéo léo mưu mô, tinh tế**
- **Ngón trỏ đưa ra chỉ xuống đất: chỉ địa, bàn tay độc đoán**
- **Ngón trỏ đưa ra chỉ vào mặt: thiếu tự tin**
- **Nắm ngón cái vào trong: hoài nghi, cảnh giác không nói chuyện bán hàng, nói chuyện chơi**
- **Bàn tay quay sợi: quay tới muốn mua, quay lui họ muốn từ chối**

MÀU SẮC VÀ TÍNH CÁCH

- Đỏ: nhẹ dạ, sôi nổi, thẳng tính, nóng nảy trung thành
- Đỏ tía: tốt bụng, nhiệt tình, hay giúp người, nhưng bốc đồng, vui buồn bất chợt
- Vàng: xé rào, sáng tạo, nhiều tham vọng, xã giao tốt, dễ hấp dẫn người khác
- Xanh dương: sạch sẽ, ngăn nắp, đa sầu đa cảm, nhẹ dạ cả tin ổn định – thiếu sự chiến đấu
- Xanh lục: độc đoán thích chỉ huy, hay áp đặt
- Đen: độc lập, cá tính mạnh, khó tính: chỉ làm ăn với người khác giới
- Xám: dũng cảm đa nghi, kín đáo thận trọng
- Nâu: Đứng đắn nghiêm chỉnh, dễ tạo niềm tin (ngân hàng, bảo hiểm)
- Cam: người có linh tính mạnh, thích hấp dẫn người khác, thường có những thành công bất ngờ về tiền bạc
- Hồng: tràn trề nữ tính, nhạy cảm chu đáo, hay ghen thường hay bắt lỗi người khác
- Anh Đào (hồng trắng): thích chinh phục người khác, nếu có gia đình dễ ngoại tình
- Trắng: dễ chịu, thoải mái trong sáng, nói thẳng, phơi bày
- Tím: Nhẹ nhàng thiên về cảm xúc, thiếu thực tế

HỘI MARKETING VIỆT NAM
Marketing

Khi 2 xe đụng nhau, thì tài xế sẽ

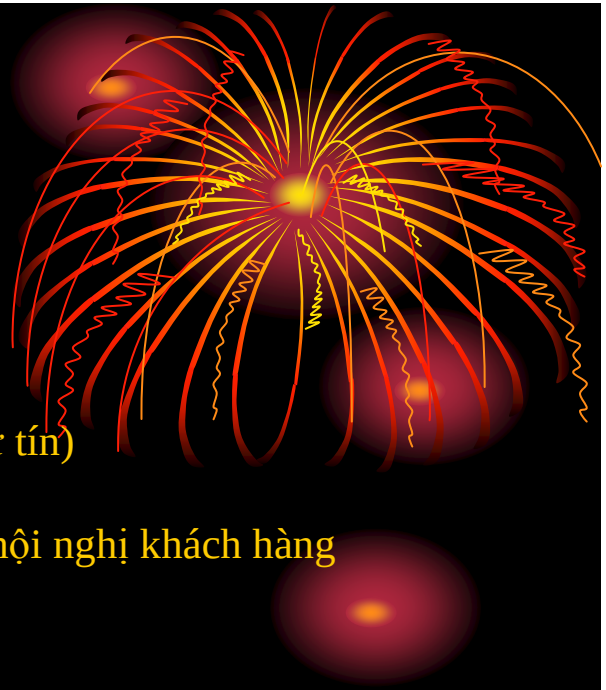
- **Người Mỹ: họ sẽ gọi luật sư**
- **Người Anh: Họ sẽ ngả mũ chào nhau**
- **Người Đức: họ sẽ lấy máy tính ra tính thiệt hại**
- **Người Pháp: họ sẽ xem quần áo mình có bị nhăn không**
- **TBNha: họ sẽ nói liên tục và không nghe người khác nói gì**
- **Người Nhật: cúi đầu chào nhau**
- **Hàn Quốc: họ sẽ xắn tay áo lên**
- **Người VN: gọi điện nhờ kiếm công an quen**
- **Người Ả Rập: lấy sổ tay ghi lại truyền cho con cháu**

HỘI MARKETING VIỆT NAM
Marketing

Bước 1

Chuẩn bị cho việc bán hàng

TÌM KIẾM KHÁCH HÀNG



1. Hai nguồn cơ sở

- Các mối quan hệ sẵn có
  - Khách hàng hiện tại
  - Khách hàng quá khứ
  - Nhân sự trong công ty
  - Các cuộc tham dò của khách hàng (điện thoại, thư tín)
  - Các nhà cung cấp của công ty
  - Các sự kiện do công ty tạo ra: họp báo, hội thảo, hội nghị khách hàng
  - Các doanh nghiệp không phải đối thủ cạnh tranh
- Các mối quan hệ mới
  - Danh bạ điện thoại
  - Sách báo tạp chí
  - Những cuộc tiếp xúc ngẫu nhiên
  - Thư tín điện thoại, email
  - CLB khách hàng – ham muốn sở thích, hoàn cảnh giống nhau

Phân tích khách hàng

1. **Tiềm năng cấp 1**
2. **Tiềm năng cấp 2**

Thu xếp cuộc gặp khách hàng

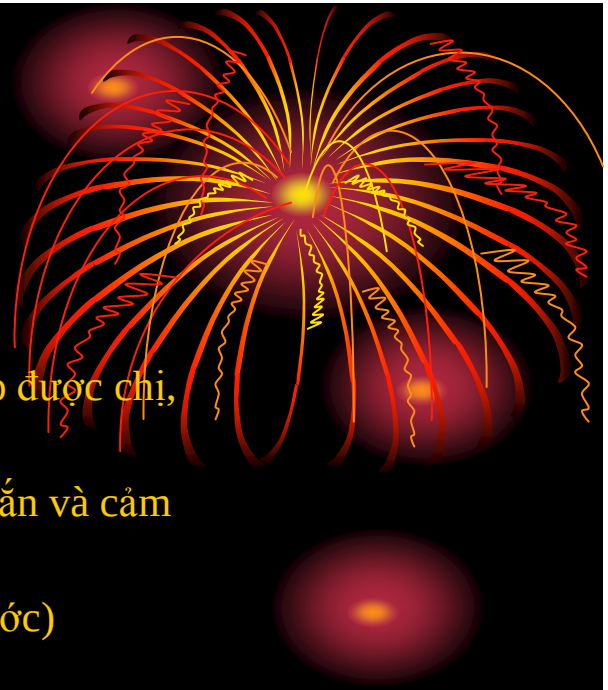
- **Bằng điện thoại**
- **Qua thư tín**
- **Qua email**

Bí quyết sử dụng điện thoại để thu xếp trước cuộc hẹn:

Khi gặp thư ký:

- Chào
- Bày tỏ sự vui mừng A. Chào chị, may quá gặp được chị, sáng giờ gọi 2 lần thì máy bận
- Tự giới thiệu: mình – công ty – mục đích (thật ngắn và cảm thấy cho họ đang cần)
- Làm như đã quen khách hàng (nên biết tên trước)
- Xin gặp
- Đưa yếu tố thời gian (chỉ 1 phút thôi có việc hơi cần)
- Chưa hẹn trước, nhưng chuyện này hơi gấp
- Uh thế tiếc quá hả, vậy thì khoảng… bao giờ anh về…hay là 12h tôi gọi lại nhé
- Xin lỗi chị tên là gì ạ? Thế 12h em gọi lại nhé, em tên…. Chị Ạ

Thu xếp cuộc gặp khách hàng



Các bước nếu gặp thư ký

1. Chào
2. Bày tỏ sự vui mừng (Ah Chào chị, may quá gặp được chị, sáng giờ gọi 2 lần thì máy bận)
3. Từ giới thiệu (mình – công ty – mục đích:thật ngắn và cảm thấy cho họ đang cần)
4. Làm như đã quen khách hàng (nên dò tên trước)
5. Xin gặp
6. Đưa ra yếu tối thời gian (chỉ 1 phút thôi có việc hơi cần)
7. Nếu không được thì xin hẹn (Uh thế tiếc quá hả, vậy thì khoảng… bao giờ anh về…hay là 12h tôi gọi lại nhé)
8. Hỏi tên thư ký (Xin lỗi chị tên là gì ạ? Thế 12h em gọi lại nhé, em tên…. Chị Ạ)
9. Cám ơn

Gọi lại lần 2

1. Hồi sáng chị hẹn em gọi lại, em là
2. Anh …… về chưa chị ạ
3.

KHI GẶP KHÁCH HÀNG

- Giọng vui vẻ - chân thật
- Gọi đúng tên họ - Anh… hả em gọi cho em từ sáng mới gặp, em nói chuyện với Anh 3 phút được không
- Cám ơn vì đã trả lời - may quá mới gặp được Anh
- Tự giới thiệu - Em là …ơ…. Đó Anh
- Bắt đầu bằng việc kích thích tò mò – … "có lợi" …tôi nghĩ hợp tác với anh "có lợi" lắm đó anh…. (đừng có nói toạc ra)…uh nói qua điện thoại thì không thấy hết… anh có thể cho tôi 10' ….hàng đẹp lắm…
- Nói "chỉ xin mấy phút thôi", cho tôi 10 phút thôi tôi sang gặp anh chỉ khoảng mấy phút thôi…
- Xin gặp…em gửi tài liệu cho anh liền…à nhưng mà chiều hôm nay …khoảng 3h00 - 3h30 em "ghé" (từ ghé tốt hơn từ tới) qua em đưa anh…. (đừng bao giờ năn nỉ - gọi lại cho thư ký)
- Gọi lại cho thư ký cám ơn, khai thác thông tin

Chuẩn bị gì cho cuộc tiếp xúc

- 4 Vấn đề cơ bản chuẩn bị cho cuộc tiếp xúc
  - Chuẩn bi về: thông tin (khách hàng, sản phẩm, đối thủ)
  - Chuẩn bi về: phương tiện hành nghề (hợp đồng, bảng giá,…hộp quẹt, liệt kê thành danh mục)
  - Chuẩn bi về: kế hoạch làm việc (cái gì làm trước, cái gì làm sau, bố trí thời gian…)
  - Chuẩn bi về: thể chất và tinh thần
    - 1’ Quên đi mọi ưu phiền, quên đi tất cả, bỏ hết chỉ tập trung vào khách hàng, khách hàng, khách hàng
- Trí nhớ: vũ khí tối thượng của người bán hàng
  - Ký thuật nhớ: liên kết các ý tưởng
    - Thi dụ: bạn hãy đọc các từ sau đây và cố gắng nhớ chúng:

      1. cây gậy, 2.ống khóa, 3 trung học, 4. con chó, 5. bàn tay, 6. khiêu vũ, 7. chủ nhật, 8. bạn gái, 9. em bé, 10. dầu ăn.
  - Tâm lý người mua là thích mua ở người **bán quen và người quen là người biết tên mình**.
  - Vật bất ly thân của 1 người bán hàng là sổ tay ghi đặc điểm khách hàng.

Bước 2:

Trong vòng 1 phút đầu tiên, bạn phải tỏ ra :

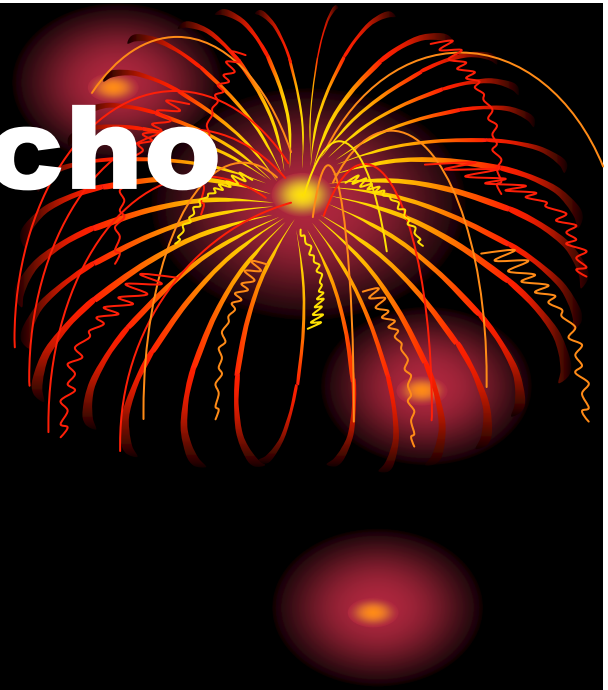
Dễ có thiện cảm

Đáng tin cậy

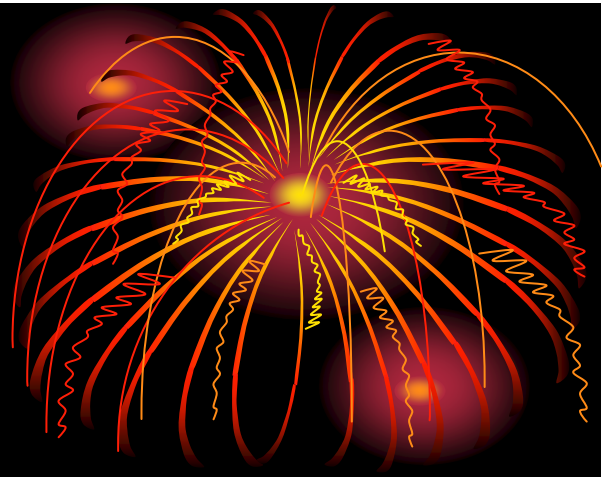
Như là: tư vấn cho khách hàng → trang phục quan trọng

Cho họ thấy mình là người chuyên nghiệp

Nghĩa là phải làm cho k/hàng



- ☞ Mến mình
- ☞ Tin mình
- ☞ Nể mình

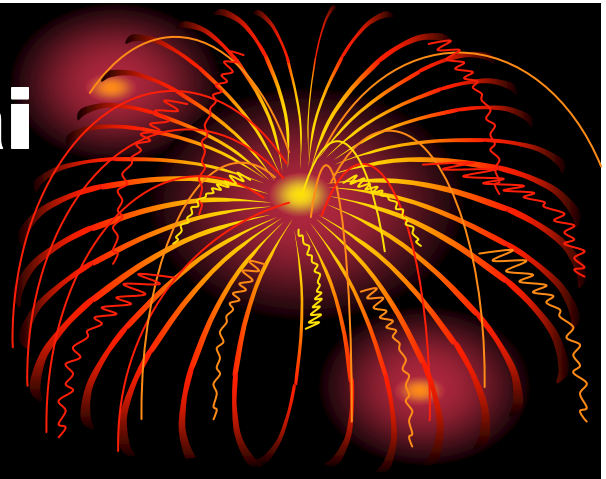


14 BÍ QUYẾT THÀNH CÔNG NGAY Ở LẦN TIẾP XÚC ĐẦU TIÊN

HỘI MARKETING VIỆT NAM

Marketing

1.Chăm sóc kỹ bề ngoài của mình



Trong bán hàng câu “nước gỗ hơn tốt nước sơn không” hiệu quả, không cần đẹp cần chăm sóc kỹ hình thức bề ngoài

- Tóc tai
- Cặp mắt
- Trang phục, bảng tên

2. Mặt vui tươi, cười nồng nhiệt

- Làm thế nào để mặt tươi

  - Quan niệm về cuộc sống vui vẻ "nửa ly nước đầy"

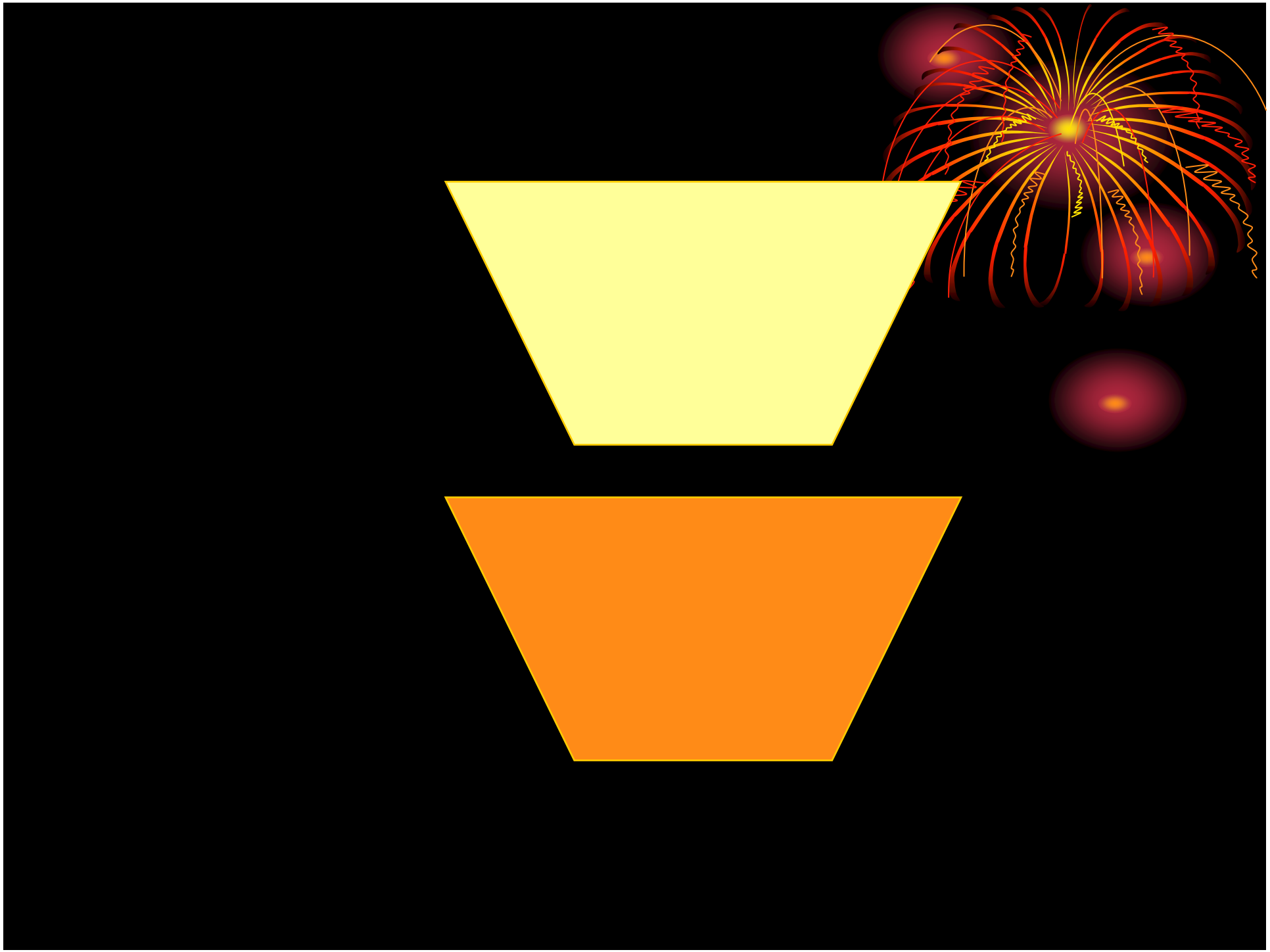
  - Làm sao để có được niềm tin yêu cuộc đời

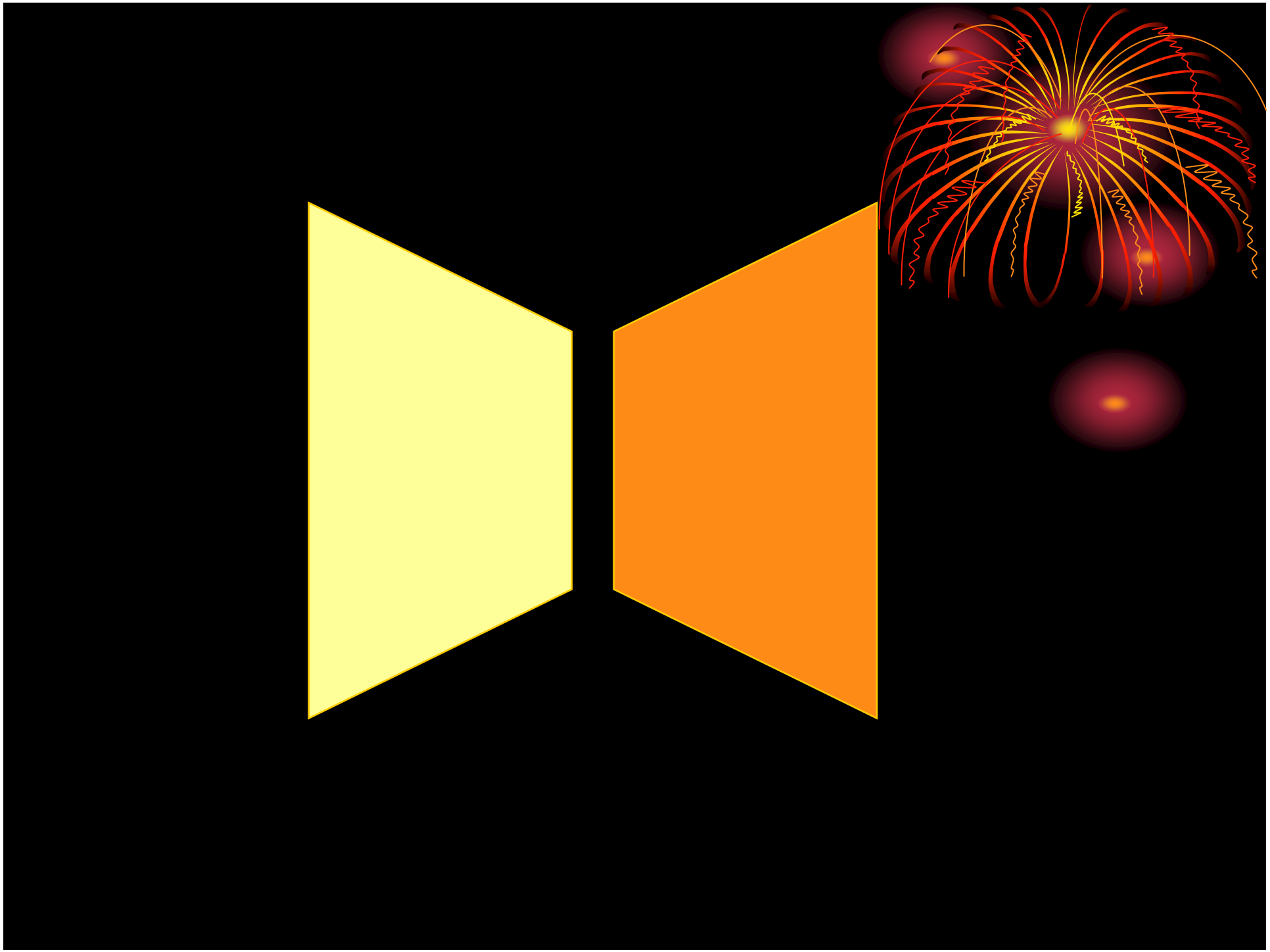
  - Thổi lửa vào tâm hồn

  - Hài lòng những gì mình có và tìm hạnh phúc trong đó, đừng bao giờ so sánh với những người hơn mình

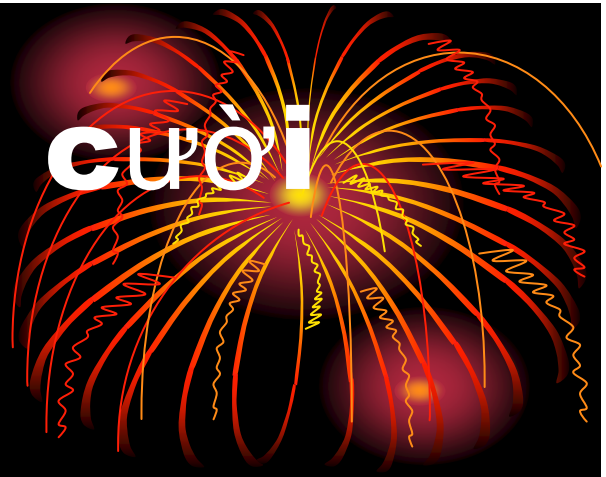
  - Thực tế, dựa vào những gì mình có để phấn đấu đi lên sẽ cảm thấy thanh thản

TẤT CẢ PHỤ THUỘC CẢM NHẬN CỦA BẠN





Làm thế nào có nụ cười tươi



- **Tự tin, lạc quan**
- **Nhìn vào vị trí giữa đôi mặt của đối tượng**
- **Cười tự nhiên**
- **Ánh mắt phải reo vui**

HỘI MARKETING VIỆT NAM
Marketing

3-Mở đầu bằng lời chào hỏi

- Tối thiểu phải 3 từ
- Chọn từ xưng hô thích hợp (tuổi đi trước tâm lý do vậy họ không có tâm lý chấp nhận tuổi tác → chào làm cho họ trẻ đi)
- Tùy khách: nhiều ông già mặt dài khác khổ xưng bằng anh sẽ rất khó chịu
- Giọng nói phải rõ ràng, hân hoan (không dấu, dấu sắc hoặc dấu ngã vào câu nói). Đưa những nốt nhạc cao vào trong câu hỏi
- Trong câu chào gọi tên khách hàng
- Thêm câu xã giao – để lên giọng
- Kết hợp động tác – làm cho không khí giao tiếp trở nên tự nhiên hơn

4.BẮT TAY CHẶT, NHIỆT TÌNH

- Có thể đưa tay ra trước
- Không nhất thiết phải dùng 2 tay
- Nếu thể hiện sự tôn trọng có thể cúi đầu
- Tay nắm chặt, mắt nhìn vào mắt họ
- Thân thiện lắc tay 3 – 5 cái
- Miệng cười tươi

HỘI MARKETING VIỆT NAM
Marketing

5. Đưa và nhận danh thiếp

Cách trao danh thiếp

- Danh thiếp ở chỗ dễ lấy nhất
- Không nên để trong bóp, để đằng sau
- Lấy ngay ra lúc mới gặp
- Nên dùng hai tay
- Nếu đụng độ, nên hơi xuống nhận trước rồi đưa sau → thể hiện sự khiêm nhường
  - Vừa đưa vừa lấy: tiếp tục chào mức
  - Lấy trước đưa sau: khiêm nhường
  - Đưa trước lấy sau: thể hiện mình trước
- Chiều thuận của chữ phải hướng về phía khách hàng
- Ngón cái đặt lên trên
- Vừa trao vừa nói "đây là danh thiếp của tôi"

Cách nhận danh thiếp

- Nhận bằng hai tay
- Cùi đầu cảm ơn
- Đọc qua 1 chút – ghi nhận những thông tin của họ
- Để trên bàn, ngay trước mặt (trong tầm mắt): không lộn tên, không hỏi những thông tin không cần thiết
- Xếp theo thứ tự, hoặc theo từ trên xuống
- Nếu không có bàn, có thể bỏ vào túi áo hoặc sổ tay

6. Tư thế ngồi khiêm tốn nhưng tự tin (30 – 70)

- Xách túi bằng tay trái, nắp túi hướng ra ngoài để dễ dàng mở túi - --
- Ngồi thẳng hướng
- Không nên để túi trên bàn trừ khi túi mỏng (không chắc túi sạch)
- Khi lấy túi xuống thấp quá sẽ rất bất tiện đặc biệt là nữ
- Khi lấy tài liệu có thể nói xã giao (không để thời gian chết)
    - Ngồi một phần phía trước ghế: Đúng (tập trung làm việc)
    - Ngồi cả cái ghế (nghỉ ngơi)
    - Đặt tay trên cuốn sổ để trên đùi (sai) sổ phải để trên bàn
    - Nghiêng về phía trước 70% - Đúng vì 100% tư thế nghỉ ngơi
    - Chân này gác qua chân kia (trừ nữ mặc váy) hoặc không có bàn thì OK, hoặc khi do diện tích chật và ghế xếp vuông góc
    - 2 chân ngoéo chặt (thì gò bó quá) thể hiện thiếu tự tin
    - Khi khách đồng ý hướng về phía trước Đúng (nếu ngả ra thì thỏa mãn, nếu đứng im thì không thể hiện thái độ)
    -Khi câu chuyện tiến triển thì ngồi trọng chiến ghế thì thể hiện sự thoải mái
    - Hai tay để không (Đúng)

HỘI MARKETING VIỆT NAM
Marketing

7. Cách đứng hợp lý:

- Đứng thẳng (đứng khom thì thiếu chân thành và tự tin)
- Tư thế thoải mái tự nhiên: thoải mái 2 tay
  - Chắp tay phía trước: lễ phép – thường là hàng dịch vụ
  - Chắp tay sau lưng: sản phẩm nam tính
  - Khoanh tay: khi tư vấn cho họ
  - Tay chống cằm: khi đi cùng họ để chỉ hướng dẫn

8.Nên khen họ một câu – khen cho họ sướng âm ỷ

Người giao tiếp giỏi phải biết làm người khác vui lòng bằng lời khen

Khen không lâm cho họ sượng

HỘI MARKETING VIỆT NAM
Marketing

“khen là một nghệ thuật”

Nguyên tắc:

Phải chân thành

Phải hợp lý

-Kỹ thuật khen, khen trực tiếp thì khó, phải kèm theo óc hài hước

-Khen dưới dạng câu hỏi vô cùng tinh tế

- Chào anh, nhà anh tự thiết kế hả tôi đi một vòng phải không

- Khen bằng cách so sánh, dẫn chứng (mượn người này khen người kia)

- Khen bằng điệu bộ

9. Thống nhất về mặt thời gian

10.Nói với giọng rõ ràng và tự tin

Người thông minh nói nhanh do vậy thiếu khả năng truyền đạt

Nói chậm, thì người ta buồn ngủ

Thường thì người thông minh thì nói lắp

Phát âm thế nào cho tròn vành, tốc độ vừa phải (60-70 từ/phút là vừa)

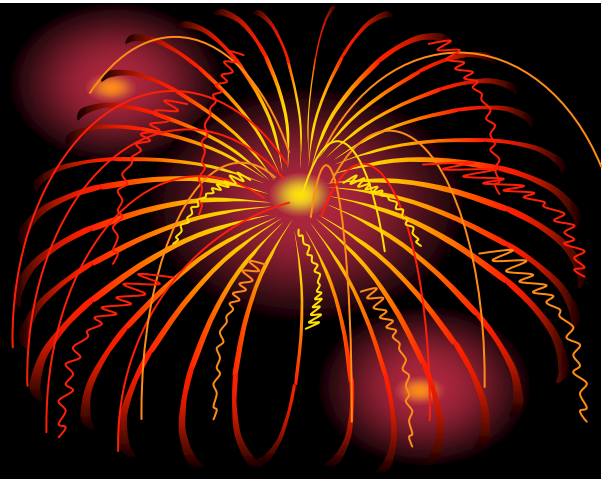
11. Mở đầu với những đề tài xã giao

Những câu chuyện nên dùng:

- **Nội bộ: cơ quan, công ty**
- **Tin tức :**
- **Gia đình: chỉ là xã giao vì mang tính nhạy cảm;**
- **Công việc:**
- **Cư trú: đường anh ở đẹp quá ha, chừng nào giải tỏa vậy?**
- **Khí hậu:**
- **Du lịch**
- **Sức khỏe: chỉ là xã giao**
- **Trang phục:**
- **Sở thích**
- **Quen biết : hai người phụ nữ gặp nhau thì thường nói về người thứ 3 mà hai người đã từng biết**
- **Giới tính**
- **Ẩm thực: món ăn, quán này, quán kia**

Một người bán hàng có kinh nghiệm phải [illegible] giao. 70% nói chơi (gây thiện cảm) chỉ có 30% kết thúc chuyện bán hàng. Biến khách hàng làm người thân trước kia bán hàng cho họ

Khí hậu và ẩm thực là chuyện vô thưởng vô phạt



12.Nghe chăm chú không ngắt lời họ

13.Đảm bảo nguyên tắc 60 - 30 -10

- 60% thời gian nghe

- 30% thời gian nói

- 10% im lặng: có những lúc khách hàng trả giá có thể im lặng, trong giao tiếp phải biết im lặng vì ai cũng sợ im lặng, giống như một khoảng lặng trong một bản nhạc

Thực tế: người bán luôn nói 70% và sợ im lặng, cũng như do không chuẩn bị kỹ
Càng nói nhiều thì càng sơ hở

14.Xác định họ thuộc dạng khách hàng nào,
quan sát , bắt chước cử chỉ , ngôn ngữ của họ
Hóa thân vào nhân vật, họ lịch sự mình cũng phải lịch sự, họ bỗ bã

HỘI MARKETING VIỆT NAM
Marketing

Những đề tài cấm kỵ

- Chính trị
- Địa Phương: thể hiện sự cục bộ, hẹp hòi
- Đối thủ: chưa chắc gì khách hàng tin
- Bí mật

- Tôn giáo
- Nhược điểm
- Riêng tư (tình cảm, hôn nhân gia đình, thu nhập tài chính)
- Xui xẻo

HỘI MARKETING VIỆT NAM
Marketing

CÁC BƯỚC KHI TIẾP XÚC KHÁCH HÀNG

1. Đi vào, xách túi tay trái
2. Mặt tươi cười
3. Chào: khi 2 bên nhìn nhau, đưa mặt mình vào vùng mắt của khách
4. Nói lý do, xác định thời gian
5. Bắt tay: đưa ra khi mắt họ gặp mắt mình, và đưa ra dứt khoát (giữa ta với họ quá chênh lệch về tuổi tác, đẳng cấp thì mình không đưa tay trước)
6. Trao card visit (trao trước khi chuẩn bị ghế), nên đứng khi trao
7. Nói chuyện xã giao, khen bằng câu hỏi
8. Kéo ghế ngồi thẳng...

Bước 3 : Lắng nghe khách hàng, tìm hiểu nhu cầu, động cơ khách hàng

“Muốn trở thành người đấu bò tót, trước tiên phải biết làm 1 con bò”
(tục ngữ Tây Ban Nha)

HỘI MARKETING VIỆT NAM
Marketing

TẠI SAO PHẢI TÌM HIỂU NHU CẦU , ĐỘNG CƠ KHÁCH HÀNG

- Hiểu họ thực sự muốn gì
- Để có thể cung cấp cho họ đúng cái mà họ cần

LÀM THẾ NÀO ĐỂ PHÁT HIỆN ĐỘNG CƠ KHÁCH HÀNG ?

- Quan sát: bàn giấy, thắt giày nam, túi xách của Phụ nữ
- Lắng nghe: âm thanh, ngôn ngữ bóng bẩy là người bóng bẩy,
- Đặt câu hỏi cho họ trả lời

- Nói là nhu cầu sinh ra ai cũng muốn nói - Lắng nghe là một nghệ thuật – lắng nghe là một chủ động

  - 1. Mắt mở khi lắng nghe
  - 2. Tai mở khi lắng nghe
  - 3. Não mở : nghe phải có phân tích, không bị cảm xúc chi phối, nghe không định kiến
  - 4. Tim mở: nghe bằng tâm, mở tấm lòng mình ra để nghe, nghe thấu đáo, nghe một cách xuyên suốt

HỘI MARKETING VIỆT NAM
Marketing

Bước 4 : Giới thiệu SP và thuyết phục khách hàng

- Bạn muốn thuyết phục giỏi phải **chuẩn bị trước**
- Bạn nên chuẩn bị như thế nào:
  - Viết ra giấy
  - Học thuộc – nói tự nhiên, đôi khi ngập ngừng
  - Thực hành thử
  - Trình bày trước 1 người thân
  - Trước 1 camera

HỘI MARKETING VIỆT NAM
Marketing

8 nguyên tắc cơ bản
khi giới thiệu sp
và thuyết phục khách hàng

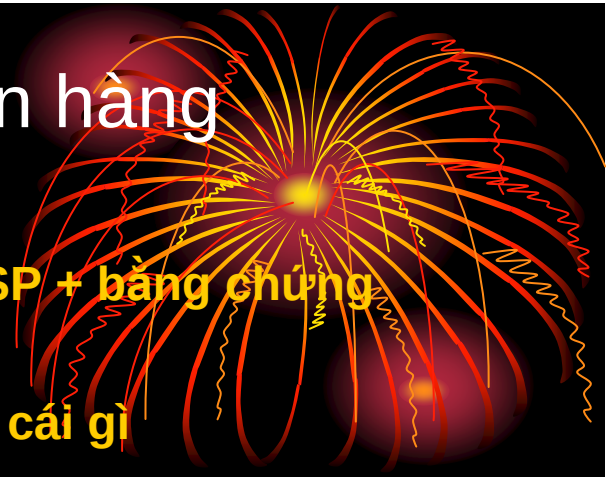
NT1. Nguyên tắc AIDA

Attention – thu hút sự chú ý của người khác; Interest – làm cho người ta quan tâm thích thú; Desire – Làm cho họ nảy sinh ham muốn; Action – hành động

- Attention: phải có chút nhân văn, vốn tiếng Việt phong phú, phải biết dùng các từ, tạo sự chú ý, tò mò bằng
  - dùng các từ gây "sốc" …không nói ngay sản phẩm ngay từ đầu
    - Chịu không nổi, khủng bố, khủng biết, siêu, cực kỳ,
    - Để anh khỏi "lăn tăn" tôi lấy anh 5 triệu
    - Phê lòi mắt
    - Ghi vào những từ hay, gây "sốc"
    - Chữ "lạ" hôm qua tôi gặp cô gái này "lạ" lắm
  - Đặt câu hỏi: hôm nay các bạn biết tin gì chưa? Tôi cũng không biết gì luôn – hỏi cho họ nghe
  - Cho họ thấy lợi ích: Cái này hay lắm, anh lấy đi có "**lợi**" lắm, giải phá câu có lợi bằng nhiều cách khách nhau
  - Sử dụng con số dẫn chứng
  - Dùng các hình ảnh tương phản: Sieu mỏng, mà siêu mềm
  - Dùng điệu bộ

HỘI MARKETING VIỆT NAM Marketing

NT2: Tập trung vào lập luận bán hàng



- **Lập luận bán hàng = Lợi ích + đặc điểm SP + bằng chứng**

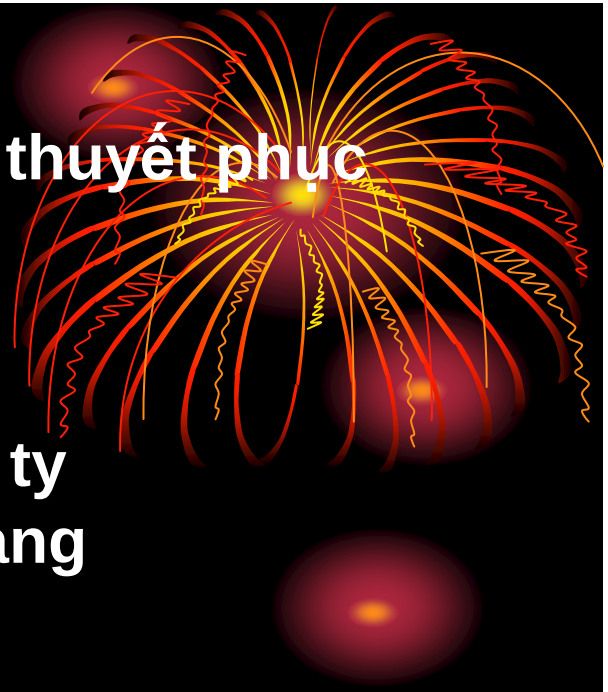
Lợi ích: **mang lại cho khách hàng cái gì**

Đặc điểm SP: **đặc điểm của sản phẩm để phục vụ lợi ích**

Bằng chứng: **bằng chứng minh chứng cho họ thấy điều đó là sự thật**

NT3 Thường xuyên bổ sung lý lẽ thuyết phục

- Từ công ty
- Từ sản phẩm
- Từ ý khách hàng
- Từ bài báo quảng cáo của công ty
- Từ những cuộc tập huấn bán hàng



4. Không sử dụng tất cả mọi lý lẽ
• Chỉ đưa ra những lý lẽ nào mà khách hàng muốn nghe
• Lợi ích tìm kiếm của mỗi khách hàng khác nhau
• Trường hợp 2 đối tượng đi cùng có lợi ích khác nhau- tìm ra câu trung tính được nối bằng….”nhưng”

5. Đừng đưa ra quá nhiều đề nghị
• Chỉ nên tối đa 3 đề nghị, nếu không khách hàng sẽ bị nhiễu
• Trong khả năng khách hàng, bằng cách hỏi “anh đang xài cái gì”
• Nếu tập trung vào cái quá cao hơn khả năng khách hàng thì sẽ làm mất tập trung vào cái mà khách hàng có khả năng mua bằng cách làm nản lòng khách hàng tập trung vào những mặt hàng quá khả năng

NT6: sử dụng ngôn ngữ linh hoạt

- Tránh những từ kỹ thuật

- Tránh những từ "sáo" rỗng: sản phẩm công ty em chất lượng cao → thế nào là chất lượng cao

- Thay văn viết bằng văn nói thật là tự nhiên, bằng cách thêm một số từ :

- Từ đệm: Dạ, Chị Ạ, Anh Ạ,

- Từ nối: hơn nữa, vả lại, ngoài ra, mặt khác, thậm chí

- Câu nối:

- Kỹ thuật vần điệu: những từ dùng có âm hơi giống nhau, những câu có những tổ hợp từ bằng nhau

- Kỹ thuật lửng lơ: ta lửng thì người ta sẽ tiếp vào, nói mồi cho người ta nói tiếp…xin lỗi anh là…?, xin lỗi anh dùng…..?

- Kỹ thuật chơi chữ tung hứng….tên giang hồ của sản phẩm

- Từ chối: không dùng chữ "không" : giá cố định, chúng em bán đúng giá hoặc làm nhẹ bớt chữ không… "có lẽ không, chắc là không ạ…"

- Đề nghị 4 cách đề nghị:

Trực tiếp: cho tôi mượn 1 triệu

Đề nghị Đề nghị … cho mượn 1 triệu

Phủ định Không biết có thể cho mượn 1 triệu

Tự vấn Tôi tự hỏi là liệu trang có thể mượn 1 triệu không

HỘI MARKETING VIỆT NAM

Marketing

NT7. Kết hợp “giao tiếp không lời ”

-Nụ cười: tự nhiên đúng lúc, đúng chỗ, chân thành

- giọng nói:

-Giọng trầm tin cậy

- Giọng cao sinh động

Lúc đầu nên giọng trầm, Khi thuyết phục phải lên, Khi trả lời thì xuống giọng (vì giọng cao thì tăng phần căng thẳng), Kết thúc lên giọng cho phần sinh động.

-Ánh mắt thân thiện, tập trung nhưng tế nhị, đừng bao giờ thể hiện sự tò mò

- Động tác: tự nhiên, tự tin

NT8. Dự đoán trước các thắc mắc của khách hàng

HỘI MARKETING VIỆT NAM

Marketing

ĐỀ CẬP ĐẾN GIÁ CẢ NHƯ THẾ NÀO ?

-**6 kỹ thuật thuyết phục khách hàng về giá cả**

Kỹ thuật công: báo giá và liệt kê tất cả các lợi ích của sản phẩm: giá là 3.000.000, anh sẽ được bảo hành 12 tháng, anh sẽ được…anh sẽ được……(đánh lạc hướng khỏi số tiền 3.000.000), anh sẽ được…. Anh sẽ được – khéo về liều lượng để khách hàng tránh cảm giác bị lừa.

Kỹ thuật trừ: liệt kê tất cả các bất tiện sẽ được giải quyết: anh sẽ không phải lo chuyện bảo dưỡng, anh sẽ không phải…anh sẽ không phải….

Kỹ thuật nhân: nhân lợi ích của sản phẩm với thời gian, hay số lượng. Trung bình một ngày máy giặt tiết kiệm cho chị 3 tiếng đồng hồ, 1 tháng tiết kiệm 90h (4 ngày), như vậy một năm chị có được 48 ngày gần 2 tháng nghỉ

Kỹ thuật chia:

- **Chia nhỏ giá mua** sản phẩm cho số thời gian hoặc số sản phẩm (300.000/hộp thuốc tương đương 10 ngàn 1 viên), sản phẩm này tính ra không mắc lắm, vì xài cả năm mỗi ngày tính ra mỗi ngày có mấy ngàn đồng

(khi mua bảm hiểm: khi hết chương trình được 200 triệu mà đóng một ngày 5000 à)

- **Chia giá thành bộ phận**: giá chưa thuế VAT, tách ra khỏi bộ phận → tùy theo tâm lý khách hàng (du lịch thích "chọn gói" vì người ta thích thoải mái)

HỘI MARKETING VIỆT NAM Marketing

- **Kỹ thuật so sánh**: đi kèm với kỹ thuật chia, tính ra 1 ngày anh mất có 5000 bảo hiểm chỉ bằng tiề gửi xe

- **Kỹ thuật cực tiểu hóa**: dựa trên phần chênh lệch giá của 2 sản phẩm khác nhau (chị tính thử coi chỉ hơn có 10.000 mà chị được thêm cái này, cái kia...) Trong trường hợp đắt hơn đối phương hoặc sản phẩm này đắt hơn

Khi rẻ hơn thì nói vì tiết kiệm những thứ vô lý để tiết kiệm cho khách hàng

B5

Trả lời những thắc mắc của khách hàng như thế nào?

2 thái độ của người đại diện ban hàng cần phải lưu ý

1. Chấp nhận ý kiến khách hàng: khách hàng thắc mắc là quan tâm do vậy chấp nhận 1 cách tự nhiên
2. Không đối đầu mà phải giữ bình tĩnh

Phân biệt 2 loại thắc mắc

1. Thắc mắc giả (cá sấu ngứa răng): nói để mà nói - ở đây cái gì cũng mắc? Khi nói khách hàng cười cười

   Trả lời khách hàng giả: trả lời giả luôn – gây không khí vui
2. Thắc mắc thật (họ nói để gây sức ép, hoặc để lấy thông tin)

10 kỹ thuật trả lời những ý kiến khách hàng

1. Đào sâu: đừng bao giờ trả lời ngay, mà đặt câu hỏi để họ diễn tả thêm

2. Kỹ thuật đồng tình có điều kiện: 3 bước

- Bước 1: dạ em đồng ý với anh….”NHƯNG”
- Bước 2: trình bày ý kiến mình… dùng dịch vụ để trả lời thay (đừng bao giờ nói hơn và kém “…dạ anh cách kinh doanh của bên họ và bên em khác nhau họ kinh doanh về giá, em kinh doanh vì dịch vụ…….”)
- Bước 3: kiểm soát xem câu trả lời đã vừa lòng khách hàng chưa (anh thấy em có đúng không? Anh công nhận không?...)

3. Kỹ thuật giảm bớt: diễn tả lại ý kiến của khách hàng làm giảm bớt sức chống đối đi
   Khách hàng: trời ơi mắc cao!,
   Bán hàng: uh hàng này không rẻ mà! Hàng hiệu mà
   Khách hàng: trời ơi màu chói quá!
   Bán hàng: đúng nó sáng và nó bắt mắt! (chuyển hướng từ bại thành thắng)

HỘI MARKETING VIỆT NAM
Marketing

4. **Chuyển hướng: dùng câu hỏi để chuyển sang hướng có lợi hơn**

Khách: nói về giá, mình chuyển sang chất lượng, họ nói về chất lượng mình chuyển sang dịch vụ

khách hàng : 6.000.000 1 cái xe máy này thì mau hư lắm hả

Bán hàng: À ý anh muốn nói về chế độ bảo hành hả???

5. **Hỏi ngược lại: đáp lại bằng câu hỏi khác để tạo chú ý cho họ (trong giao tiếp ai hỏi là ở thế thượng phong). Hỏi không phải để họ trả lời mà sau đó giải thích**

Khách hàng: sao cái này mắc thế?

Bán hàng: anh có biết tại sao nó mắc không? Vì nó là hàng...

6. **Đặt câu hỏi vọng - câu hỏi echo:**

Lặp lại ý kiến của khách hàng để họ diễn tả rõ hơn

Khách hàng: sao cái này mắc thế?

Bán hàng: mắc quá hả ??? Để khách hàng giải thích thêm

7. Đưa ra dẫn chứng để tăng phần thuyết phục: thật hoặc giả

- **Bằng lời:**
- **Bằng phương tiện:**

(dẫn chứng giả - mà họ không kiểm chứng được... và không được làm phương hại cho khách hàng)

8. <u>Hoãn binh</u>:

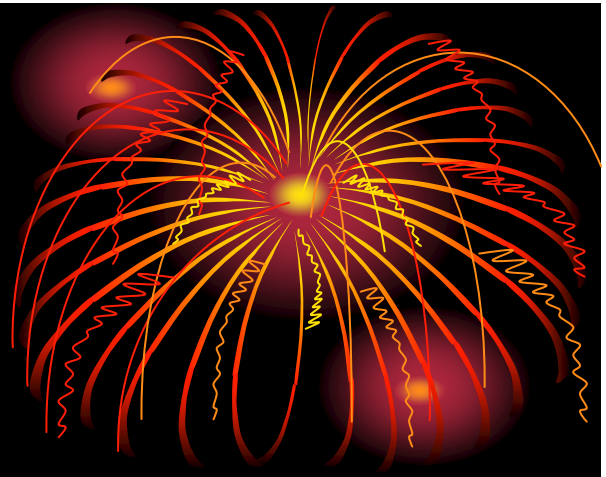
- **Bằng lời: giá để tí nữa em sẽ trao đổi cụ thể với anh**
- **Bằng phương tiện: lấy máy tính ...chắc là không được đâu...sau đó buông máy tính thở dài....thôi bớt cho ....**
- **Bằng điện thoại: hỏi xếp em...**

9. <u>Im lặng</u>: im lặng để chờ họ diễn tả rõ hơn (vì 2 người đứng với nhau, người này im thì người kia phải nói)

10. <u>Ngầm lôi kéo họ thành đồng minh</u>: để khách hàng trả lời thay cho mình

- **Hàng này cao quá khó bán quá**
- **Vậy theo ý chị thì làm sao để khách hàng đồng ý hả chị**

VỀ
ĐÍCH



KẾT THÚC THƯƠNG VỤ

HỘI MARKETING VIỆT NAM
Marketing

Người bán hàng cần lưu ý

1. Quyết định mua là việc khó khăn. Do vậy bạn phải giúp k/h quyết định

2. Người bán phải biết :

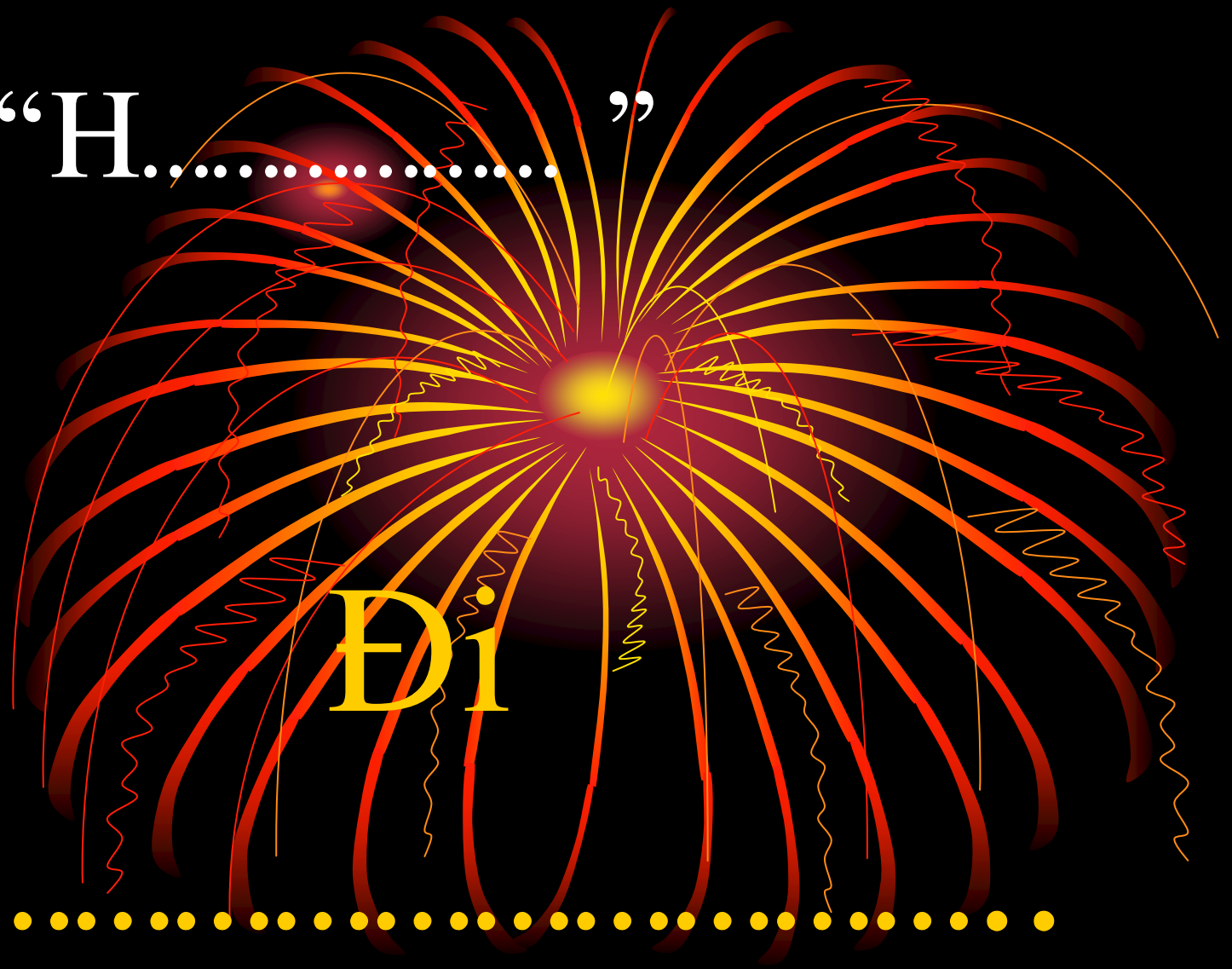
- Khi nào nên gút lại

- Gút lại như thế nào

Nên gút lại như thế nào?

7 KỸ THUẬT KẾT THÚC THƯƠNG LƯỢNG MỘT CÁCH CHỦ ĐỘNG

1. PP “H.....”



Đi

2. PP "cuộn ....."

Tóm tắt tất cả những gì ..... khiến khách hàng .....

3. PP “mũi ……”

Đặt khách hàng dưới sự ……giữa hai …… thay vì giữa

……

4. PP “tấm .....”

Cứ làm như khách hàng đã ..

... và bạn bắt đầu.....

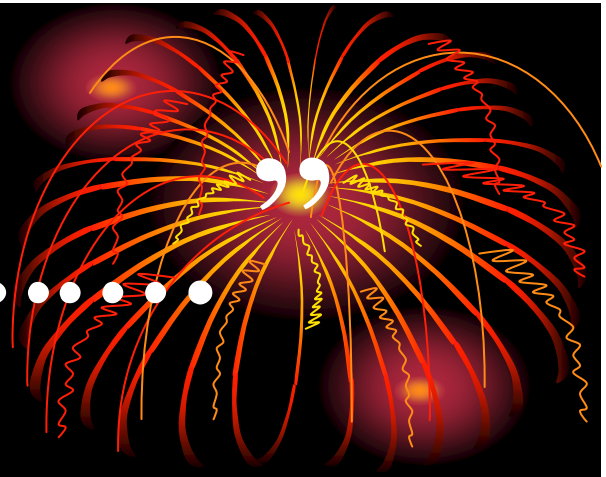
5. PP "cán ....."

Đặt câu hỏi cho khách hàng nếu họ còn .....

... khiến họ gật đầu đồng ý

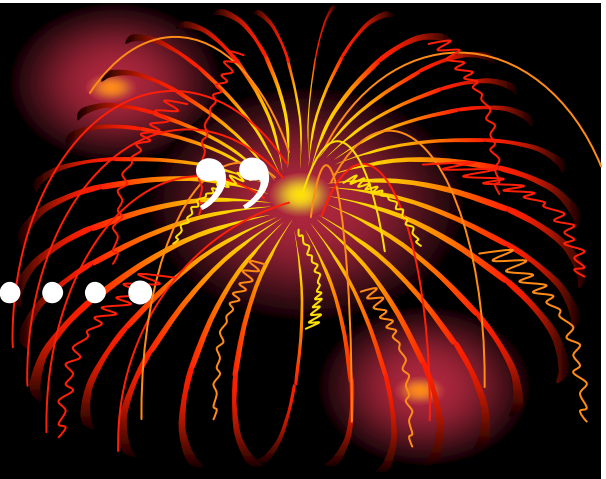
... và bắt đầu .....

6. PP “trái ……”



Đưa ra …… mang tính “đe dọa” k/hàng khiến họ phải ……

7-PP “bất .....”



Đột nhiên

.....

.....