



# *Kỹ năng* **Bán hàng**

Download tại: [ub.com.vn](http://ub.com.vn)

1



*Một sản phẩm tốt nhất  
trên thế giới sẽ  
không được sử dụng...*

*Cho đến khi  
nó được bán!*

2



## Mục tiêu khoá học

---

- ✓ Hoàn thành khoá học, học viên sẽ có thể:
  - Nhận thức đúng về nghề bán hàng
  - Hoàn thiện kỹ năng bán hàng
  - Nâng cao kỹ năng giao tiếp trong BH
  - Thúc đẩy hiệu quả làm việc của người BH
  - Chia sẻ kinh nghiệm giữa các học viên

3



**Suy cho cùng mọi  
người đều sống bằng  
cách bán một cái gì đó**

***R.L.Stevenson***

4



## Kỹ năng bán hàng

---

- ✓ Các khái niệm cơ bản
- ✓ Yêu cầu đối với người bán hàng
- ✓ Bảy công đoạn của chu trình bán hàng
- ✓ Kế hoạch cá nhân

5



## Kỹ năng bán hàng

---

- ✓ **Các khái niệm cơ bản**
- ✓ Yêu cầu đối với người bán hàng
- ✓ Bảy công đoạn của chu trình bán hàng
- ✓ Kế hoạch cá nhân

6



## Các khái niệm cơ bản

---

✓ Nghề bán hàng

✓ Bán hàng

✓ Khách hàng

7



## Người bán hàng giỏi:

---

✓ Không bao giờ trả lời “không”

✓ Có thể bán mọi thứ

✓ Có thể bán cho bất kỳ ai

✓ Có thể bán trong mọi hoàn cảnh

✓ Có năng khiếu bán hàng bẩm sinh

8



## **Người bán hàng giỏi:**

---

- ✓ Biết cách giao tiếp và thuyết phục
- ✓ Kiếm tiền nhanh chóng
- ✓ Có nhiều kỹ xảo
- ✓ Nhạy cảm với nhu cầu của khách
- ✓ Có cuộc sống đầy niềm vui, thử thách

9



## **Người bán hàng giỏi:**

---

- ✓ Thông minh, tinh tế, năng động,...
- ✓ Có vị trí xã hội tốt
- ✓ Nắm bắt tốt kỹ năng công việc
- ✓ Coi khách hàng là người trả lương cho mình
- ✓ Biết lắng nghe ý kiến khách hàng
- ✓ Biết khơi dậy lòng mong muốn của KH

10



**Người bán hàng**  
**giỏi nhất**  
**là người biết**  
**lắng nghe tốt nhất**

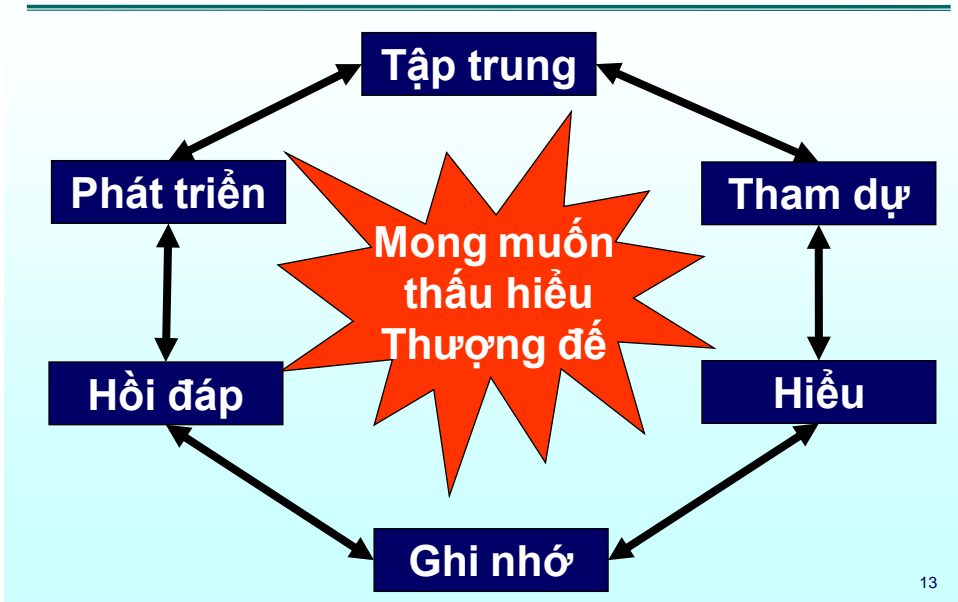
11



**Hiệu suất nghe?**  
**25 - 30%**

12

## Chu trình lắng nghe



## Lắng nghe là hùng biện nhất



The large Chinese character 聽 (Tīng) is the central focus. It is surrounded by four smaller characters: Nhĩ (left), Nhãn (right), Vương (bottom left), and Tâm (bottom right). Below the character is the red text: Luôn luôn lắng nghe, luôn luôn thấu hiểu (Always listen, always understand). The number 14 is in the bottom right corner.



## Thế nào là mua hàng?

---

Mua hàng là quá trình khách hàng

ra quyết định đổi một số tiền nhất định

lấy một sản phẩm hoặc dịch vụ nào đó

để thoả mãn nhu cầu của mình

15



## Khách hàng mua gì?

---

✓ Giải pháp

✓ Cảm giác

16





17



## Thế nào là bán hàng?

---

Là quá trình người bán hàng

tư vấn, hỗ trợ, hướng dẫn khách hàng

phát triển và hoàn thành quyết định

mua hàng của họ

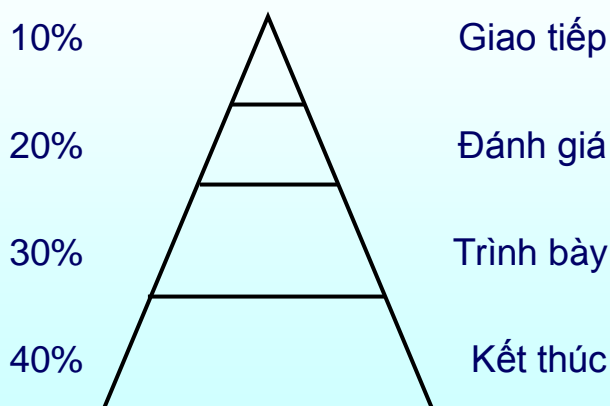
18

## Bán hàng

- ✓ Là quá trình trao đổi
- ✓ Tìm hiểu và thoả mãn nhu cầu
- ✓ Xây dựng quan hệ lâu dài cùng có lợi

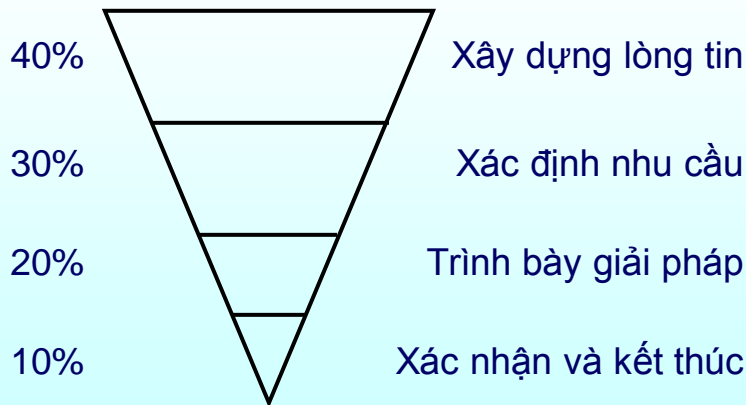
19

## Mô hình bán hàng kiểu cũ

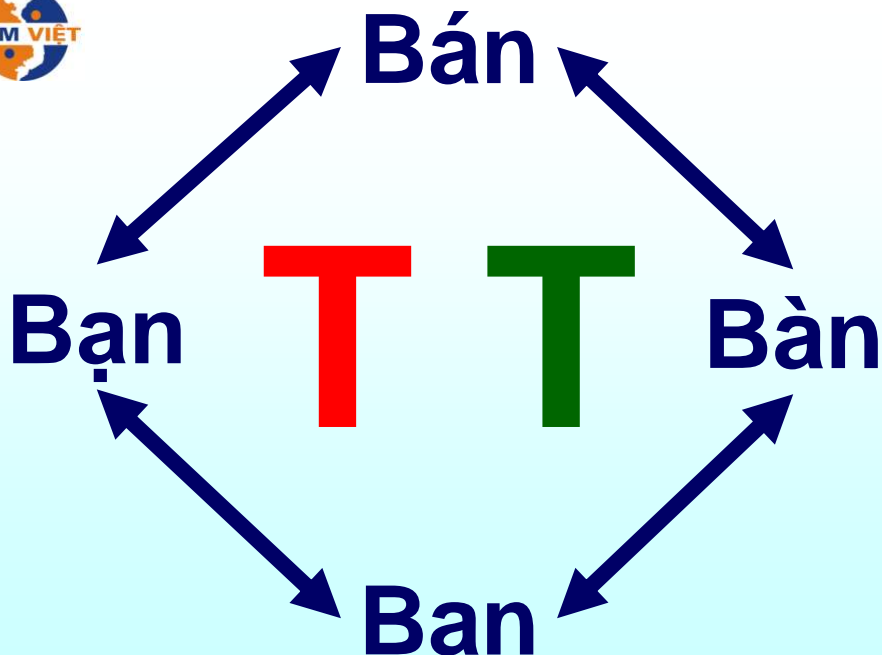


20

## Mô hình bán hàng kiểu mới



21



22



### Bán hàng kiểu cũ

---

- ✓ Thụ động:
  - Phong cách “quan chức”
- ✓ Thúc ép khách:
  - Phong cách “trẻ em đường phố”
- ✓ Ngộ nhận về nhu cầu:
  - Phong cách “tiếp thị bia”

23



### Bán hàng kiểu cũ

---

- ✓ Không có chiến lược lâu dài:
  - Phong cách “tiểu thương”
- ✓ Đối đầu trực tiếp với đối thủ:
  - Phong cách “Pluto”

24



### Bán hàng tư vấn

---

✓ Tiếp cận:

- Khách hàng là thượng đế

✓ Ý định:

- Hướng dẫn, trợ giúp

✓ Phương pháp:

- Luôn luôn khai thác

25



### Bán hàng tư vấn

---

✓ Thực tế:

- Luôn luôn lắng nghe, quan sát

✓ Kết quả:

- Đưa ra giải pháp

✓ Mục tiêu:

- Xây dựng quan hệ lâu dài

26



## So sánh hai phương pháp

Bán hàng kiểu cũ	Bán hàng tư vấn
Người BH giỏi là giỏi thủ đoạn, mách khéo	Người BH giỏi là hiểu biết và thực sự quan tâm
Người BH giỏi phản bác được mọi ý kiến phản đối của KH	Người BH giỏi là người biết tìm giải pháp cho mọi sự chống đối
Người bán và người mua: một kẻ thắng một kẻ thua	Người bán và người mua: hai bên đều có lợi

27



## So sánh hai phương pháp

Bán hàng kiểu cũ	Bán hàng tư vấn
Bán hàng là một cuộc chạy đua trí tuệ	Bán hàng là cung cấp một giải pháp
Bán hàng là thuyết phục	Bán hàng là hỗ trợ
Người BH giỏi phải bán bằng được sản phẩm	Bán hàng là sự hỗ trợ ra quyết định
Khách hàng là đối thủ, luôn nói dối	KH là đối tác muốn tin tưởng người BH

28



## So sánh hai phương pháp

Bán hàng kiểu cũ	Bán hàng tư vấn
Kết thúc thương vụ là mục tiêu số một	Tiếp tục phát triển các thương vụ sau là mục tiêu số một
Hiệu quả tức thời ăn ngay	Hiệu quả lâu dài, lặp đi lặp lại
Phong cách nửa vờ	Phong cách chuyên nghiệp

29



**Bán hàng là nghệ thuật thuyết phục người khác làm một việc mà bạn không có quyền bắt người ta làm việc đó**

30



# Khách hàng là Thượng đế

31



## Thượng đế?

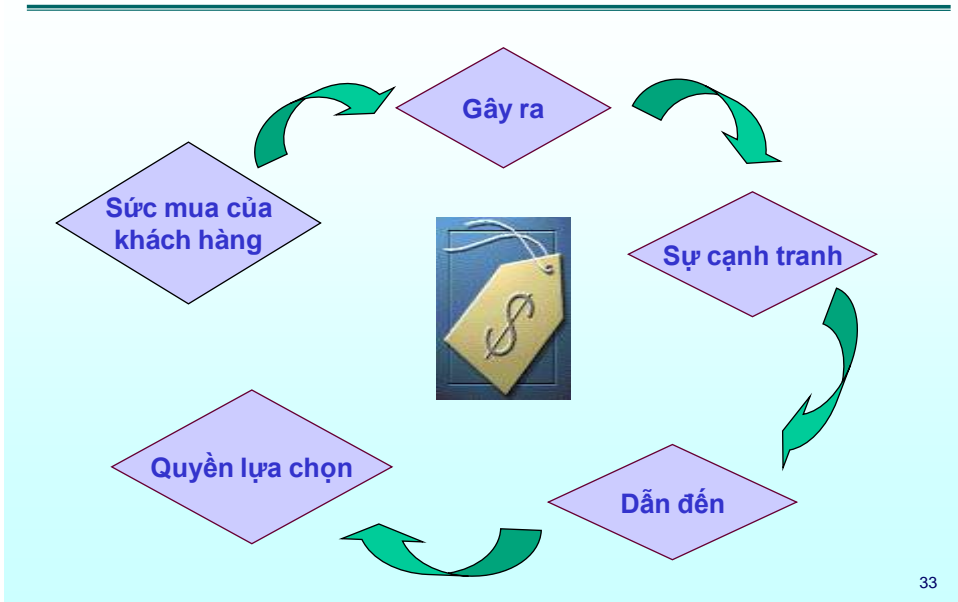
---

- ✓ Thành tâm  
(như khi đứng trước ban thờ/ cây thánh giá)
- ✓ Nhẹ nhõm  
(như khi vừa mới khăn vái/ cầu nguyện xong)

32



## Tầm quan trọng của khách hàng



## Khách hàng là

- ✓ Người cho ta việc làm
- ✓ Người cho công ty lợi nhuận
- ✓ Người mà ta phụ thuộc vào
- ✓ Khách hàng không phải là để tranh cãi
- ✓ Không ai thắng khi cãi nhau với khách
- ✓ Người thông tin về đối thủ cạnh tranh



**Khách hàng là "ông chủ" duy nhất trả lương; sa thải nhân viên, kể cả giám đốc; thậm chí giải thể công ty bằng cách tiêu tiền ở chỗ khác.**

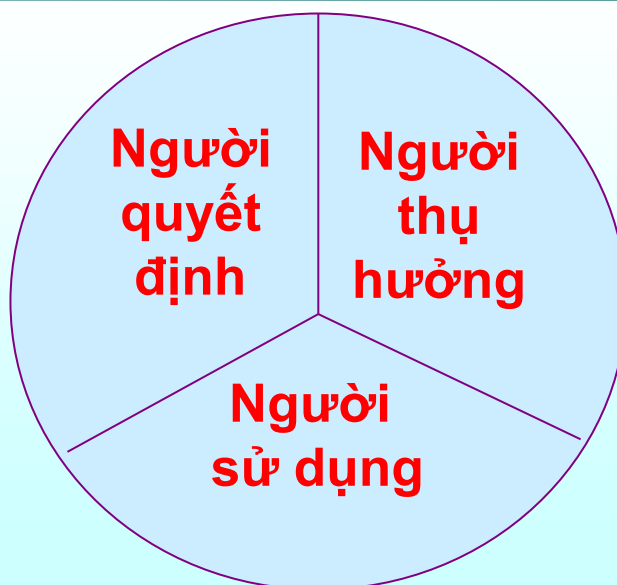
**Giám đốc chỉ là người thực thi mệnh lệnh của khách hàng.**

35



## **Khách hàng là ai?**

---



36



**Khách hàng bên ngoài** trả lương cho ta (tiền)

**Khách hàng nội bộ** cho ta tình cảm (tình)

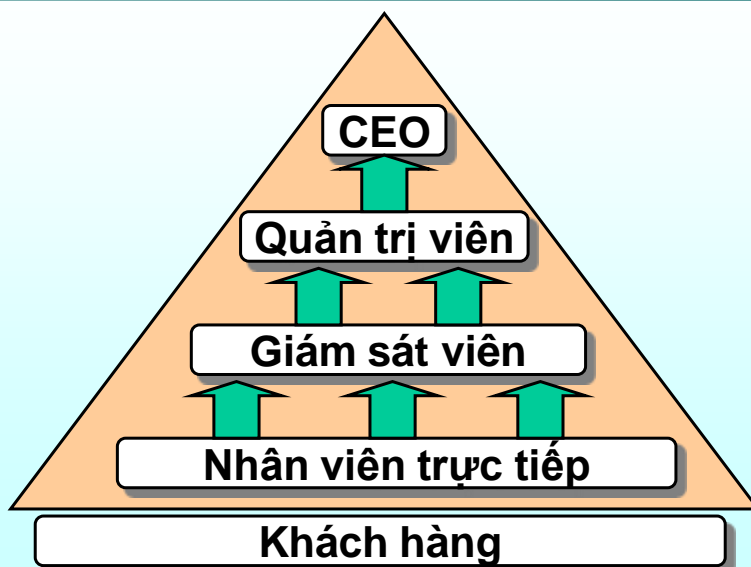
Để sống, ta cần tiền bạc và tình cảm

Có nghĩa là cần **Khách hàng**

37



## Công ty định hướng nội bộ



38



### Công ty định hướng nội bộ

---

- ✓ Tuyên dương người hoàn thành nhiệm vụ
- ✓ Làm cấp trên vui lòng chứ không phải KH
- ✓ Thăng tiến trên cơ sở thâm niên, quan hệ
- ✓ Đào tạo theo chức năng, không theo yêu cầu

39



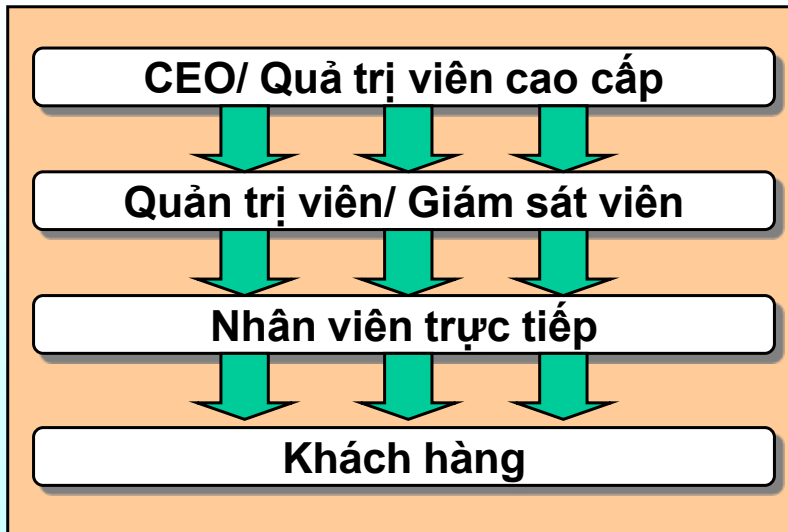
### Công ty định hướng nội bộ

---

- ✓ Không giao dịch thì không chịu trách nhiệm
- ✓ Quyết định không có ý kiến người giao dịch
- ✓ Thiên về các giải pháp tình thế, ngắn hạn

40

## Công ty định hướng KH



41

## Công ty định hướng KH

- ✓ Tuyên dương người thỏa mãn KH, nhiệm vụ
- ✓ Giúp cấp dưới làm hài lòng khách hàng
- ✓ Thăng tiến trên cơ sở kỹ năng và thâm niên
- ✓ Tập trung đào tạo kỹ năng giao tiếp, kỹ thuật

42



## Công ty định hướng KH

---

- ✓ Thấu hiểu KH bên ngoài và KH nội bộ
- ✓ Quyết định có tham gia của người giao dịch
- ✓ Coi trọng các giải pháp tổng thể lâu dài

43



## Luật bán hàng

---

- ✓ Điều 1:  
**Khách hàng luôn luôn đúng**
- ✓ Điều 2:  
**Nếu có ý nghĩ khác, hãy xem lại điều 1**

44

## Kỹ năng bán hàng

---

- ✓ Các khái niệm cơ bản
- ✓ **Yêu cầu đối với người bán hàng**
- ✓ Bảy công đoạn của chu trình bán hàng
- ✓ Kế hoạch cá nhân

45

## Yêu cầu đối với người BH

---

- ✓ Sáng tạo
- ✓ Có kế hoạch
- ✓ Nhiệt tình
- ✓ Hiểu biết về sản phẩm, dịch vụ
- ✓ Hiểu biết về công ty và đối thủ

46



### Yêu cầu đối với người BH

---

- ✓ Thấu hiểu khách hàng
- ✓ Giao tiếp tốt
- ✓ Biết lắng nghe
- ✓ Biết cách thuyết phục
- ✓ Biết cách kết thúc

47



### Yêu cầu đối với người BH

---

- ✓ Hình thức phù hợp
- ✓ Hiểu tâm lý khách hàng
- ✓ Thái độ hoà nhã, lịch sự
- ✓ Nhanh nhẹn
- ✓ Bán được hàng

48





## Nguyên nhân thất bại

✓ Thiếu tính sáng tạo	55%
✓ Kế hoạch, tổ chức tồi	39%
✓ Thiếu hiểu biết về sản phẩm	37%
✓ Thiếu nhiệt tình	31%
✓ Thiếu quan tâm khách hàng	30%

49



## Nguyên nhân thất bại

✓ Thiếu đào tạo bài bản	23%
✓ Thiếu mục tiêu cá nhân rõ ràng	20%
✓ Thiếu hiểu biết thị trường	19%
✓ Thiếu kiến thức về công ty mình	16%
✓ Thiếu kiểm soát chặt chẽ	9%

50

## Tam giác yêu cầu - A.S.K.



51

## Thương vụ thành công

- ✓ 80%: Thái độ
  - Nhiệt tình
  - Kiên trì
- ✓ 20%: Kỹ năng và kiến thức
  - Kỹ năng chuyên môn
  - Hiểu biết sản phẩm, công ty, thị trường

52



**Đức tính hàng đầu của người bán hàng là thái độ tốt, rồi mới đến kinh nghiệm, trình độ, đào tạo rồi diện mạo.**

**Các tiêu chuẩn sau đều có thể nâng cao nếu có thái độ tốt**

*McDonal*

53



## Thái độ

---

✓ **Cử chỉ**

- Nhìn thẳng vào khách hàng khi nói chuyện
- Tổ ra nhanh nhẹn, thú vị
- Tránh uể oải, chậm chạp và thiếu diễn cảm

✓ **Ngoại hình**

- Nhìn thấy là nhận ra ngay nhà chuyên nghiệp

54



# Muốn trở thành nhà chuyên nghiệp trước tiên trông phải giống chuyên nghiệp

55



## Thái độ

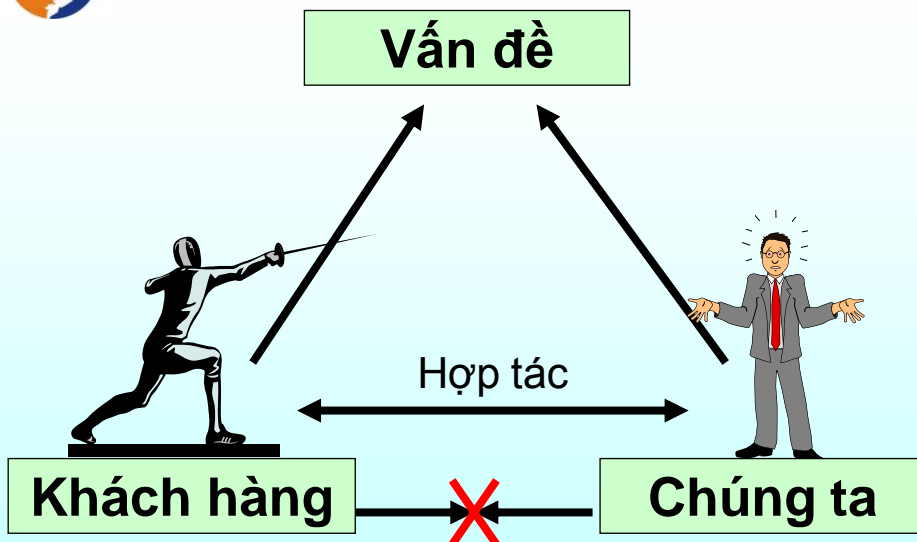
---

- ✓ Tự phân tích
  - Nhận khuyết điểm và cố gắng khắc phục.
  - Tự hỏi có thể có phương pháp nào tốt hơn?
- ✓ Tránh tranh luận
  - Tranh luận: thắng -> Bán hàng: thất bại
  - Tránh các cuộc tranh luận không cần thiết

56

# Ta cần thắng hay cùng thành công?

57



58

# Lấy nhân nghĩa để thắng hung tàn Đem chí nhân để thay cường bạo

*Nguyễn Trãi*

59



60



## Thái độ

---

### ✓ Nhiệt tình

- Điều này sẽ ảnh hưởng đến khách hàng
- Nhiệt tình không tự đến nếu mình không có

### ✓ Tin tưởng

- Tin tưởng vào sản phẩm, công ty, chính mình
- Là xương sống của nhiệt tình
- Là khả năng để thực hiện công việc hiệu quả

61



## Thái độ

---

### ✓ Thành thật và trung thực

- Khách hàng có thể hiểu và cảm nhận được
- Trình bày gợi ý của bạn thành thật
- Bạn đang thật sự đem lại lợi ích cho họ

### ✓ Sử dụng thời gian

- Thời gian là tiền bạc
- Sử dụng cẩn thận và khôn khéo

62



### Thái độ

---

✓ Khả năng lắng nghe

- Nói là gieo nghe là gặt
- Hãy chú ý lắng nghe khách hàng

✓ Kiên trì

- KH có thể nói **không** khi họ có thể nói **có**
- Không để họ từ chối một cách dễ dàng

63



**Không biết cười,  
đừng bán hàng.**

64





**Thành công trong bán hàng:**

**Bắt đầu từ lòng ham muốn tiếp xúc với khách hàng tiềm năng**

**Chứ không chỉ phát sinh từ quá trình tiếp xúc với khách hàng**

65



## 7 cách tâm niệm

---

1. Tự xem mình là chủ
2. Tự vấn thay vì bán hàng
3. Trở thành cố vấn của khách hàng
4. Tiến hành công việc hoàn hảo

66



## 7 cách tâm niệm

---

5. Định hướng trở thành nhà chiến lược BH

6. Trở thành người bán hàng giỏi nhất

7. Thực hiện quy luật vàng trong bán hàng

67



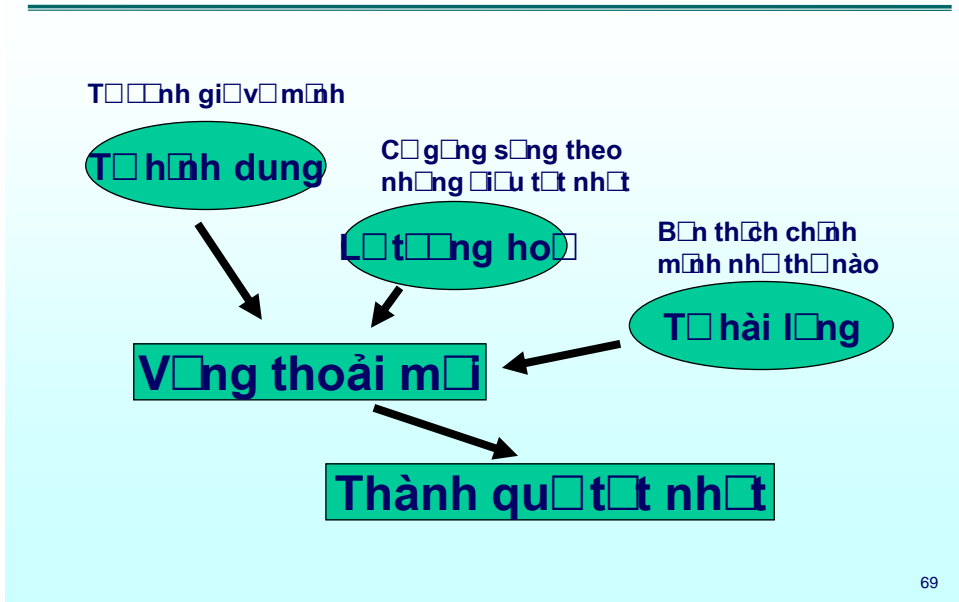
## 7 quy luật tâm lý bán hàng

---

- ✓ Quy luật nhân quả
- ✓ Quy luật đền bù
- ✓ Quy luật tập trung
- ✓ Quy luật về niềm tin
- ✓ Quy luật hấp dẫn
- ✓ Quy luật tương phản
- ✓ Quy luật kiểm soát

68

## Quy luật nhân quả

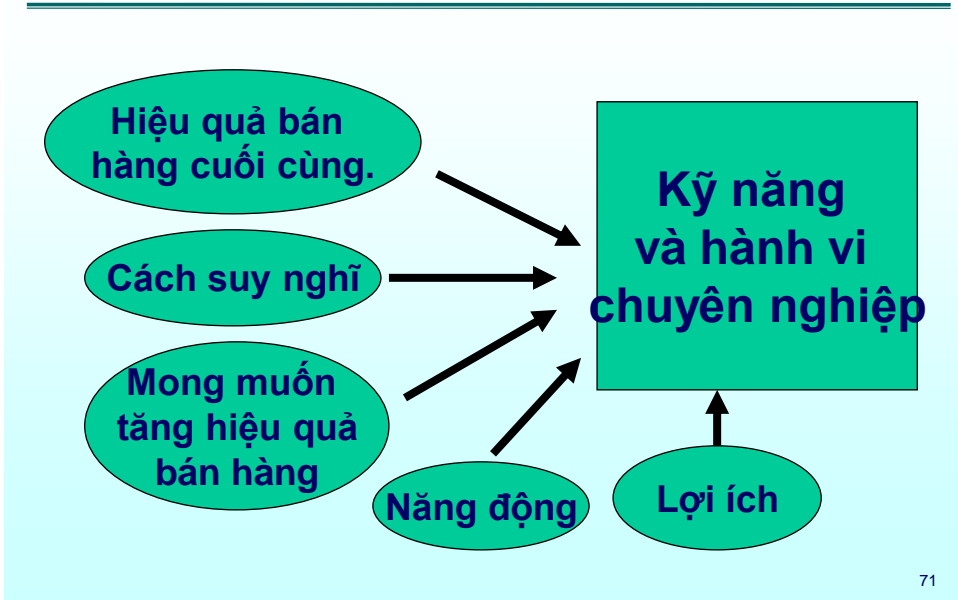


## Quy luật đền bù

✓ Bạn luôn được khen thưởng nếu:

- Luôn có ý tưởng sáng tạo, lạc quan
- Thực hiện công việc hoàn hảo
- Kinh nghiệm xác thực trong các hoạt động

## Quy luật tập trung



## Quy luật về niềm tin

- ✓ Niềm tin thuyết phục được khách hàng
- ✓ Niềm tin loại bỏ suy nghĩ tiêu cực
- ✓ Niềm tin kiểm soát kết quả thực hiện

Tin rằng bạn có thể làm  
được và trở thành  
người BH giỏi nhất



Cuối cùng bạn  
sẽ là người BH  
giỏi nhất

72



## Quy luật hấp dẫn

---

Càng phục vụ tốt thì sản phẩm, dịch vụ của bạn càng hấp dẫn khách hàng nhiều hơn

- Lạc quan với chính bạn và sản phẩm
- Hoạt động tâm lý tích cực
- Thu hút thêm nhiều khách hàng tiềm năng

73



## Quy luật tương phản

---

Thế giới bên ngoài phản ánh thế giới bên trong của chúng ta

74



## Quy luật kiểm soát

---

- ✓ Duy trì và phát triển hoạt động bán hàng
- ✓ Tạo cho ta môi trường tự thể hiện
- ✓ Cho cảm giác được giao việc quan trọng
- ✓ Cho tính lạc quan, khuyến khích tích cực

75



## Kỹ năng bán hàng

---

- ✓ Các khái niệm cơ bản
- ✓ Yêu cầu đối với người bán hàng
- ✓ **Bày công đoạn của chu trình bán hàng**
- ✓ Kế hoạch cá nhân

76



## 7 bước tiếp cận

---

1. Tìm kiếm
2. Chuẩn bị
3. Tiếp cận
4. Trình bày
5. Xử lý từ chối
6. Kết thúc
7. Theo đuổi

77



## 7 bước tiếp cận

---

1. Tìm kiếm
2. Chuẩn bị
3. Tiếp cận
4. Trình bày
5. Xử lý từ chối
6. Kết thúc
7. Theo đuổi

78



### Khách hàng tiềm năng

---

1. Có nhu cầu về sản phẩm, dịch vụ
2. Có khả năng thanh toán
3. Có khả năng tiếp cận
4. Quyền mua (ai có quyền quyết định?)

79



### Tại sao phải tìm kiếm KH?

---

✓ Tìm kiếm là bước đầu tiên để bán hàng

**→ Cập nhật danh sách hàng ngày**

80





**Khách hàng tiềm  
năng như tiền  
trong tài khoản  
của công ty**

81



**Khách hàng tiềm  
năng như dòng  
máu của một cơ thể  
khỏe mạnh**

82



## Phương pháp tìm kiếm

---

- ✓ Bạn bè thân hữu
- ✓ Các chuỗi mắt xích
- ✓ Những trung tâm ảnh hưởng
- ✓ Các đơn vị bán sản phẩm bổ xung
- ✓ Quan sát
- ✓ Niên giám và danh sách

83



## Phương pháp tìm kiếm

---

- ✓ Thư trực tiếp
- ✓ Các chương trình quảng cáo
- ✓ Các hội thảo, hội nghị
- ✓ Hội chợ thương mại, triển lãm
- ✓ Giới thiệu sản phẩm
- ✓ Khách hàng

84



**Mỗi khi để mất một  
khách hàng, bạn sẽ  
đánh mất thêm 250  
khách hàng tiềm năng  
khác nữa.**

85



## **Phương pháp tìm kiếm**

---

- ✓ Mạng Internet
- ✓ Mở trang Web
- ✓ Báo chí, truyền hình, đài
- ✓ Phát quà trực tiếp
- ✓ ...

86



# **M.A.N.**

## **Money, Authority & Need**

87



**Không đánh giá đúng khách  
hàng tiềm năng đồng nghĩa  
với việc lãng phí thời gian,  
doanh số và tiền bạc.**

88



## 7 bước tiếp cận

---

1. Tìm kiếm
2. **Chuẩn bị**
3. Tiếp cận
4. Trình bày
5. Xử lý từ chối
6. Kết thúc
7. Theo đuổi

89



## Chuẩn bị

---

- ✓ Tại sao cần phải chuẩn bị trước
- ✓ Các loại thông tin cần chuẩn bị
- ✓ Các kế hoạch cần chuẩn bị

90



## Tại sao phải chuẩn bị?

---

- ✓ Để có những thông tin cụ thể về khách hàng
- ✓ Biết được những yếu tố có thể ảnh hưởng
- ✓ Tạo thuận tiện trong giao tiếp với khách hàng
- ✓ Tạo hình ảnh tin cậy và ưu thế cạnh tranh

91



## Cần chuẩn bị gì?

---

- ✓ Chuẩn bị tinh thần cho chính mình
- ✓ Thông tin về sản phẩm/ dịch vụ của mình
- ✓ Thông tin về cá nhân và công ty của KH
- ✓ Thông tin về ngành kinh doanh của KH
- ✓ Thông tin về đối thủ cạnh tranh

92



## Đặc tính và lợi ích

---

- ✓ Đặc tính là tính chất của sản phẩm chứ không phải là một phần của sản phẩm
- ✓ Lợi ích là những gì sản phẩm có thể đem lại cho khách hàng

93



**Liên hệ về đặc tính của sản phẩm với nhu cầu của khách hàng**

**Công thức F-A-B**

94



## Đặc tính và lợi ích

Dịch vụ	Đặc tính	Lợi ích
Mobi Fone Mobi Card	SMS	Không tiện nói qua điện thoại Gửi nhận thông tin chính xác Luôn gửi được tin nhắn
Mobi Fone	Hộp thư thoại	Liên lạc thông suốt 24/24 Tính bảo mật cao Dễ sử dụng

95



# Thấu hiểu khách hàng

96





### Yếu tố tác động đến mua hàng

---

- ✓ Luật pháp
- ✓ Kỹ thuật
- ✓ Thái độ
- ✓ Kỳ vọng
- ✓ Điều kiện kinh tế
- ✓ Điều kiện cạnh tranh

97



### Khách hàng là cá nhân

---

- ✓ Biết trước đôi điều về bạn bè, nghề nghiệp
- ✓ Giao tiếp sẽ tốt hơn nếu 2 phía biết nhau

98



# **Một bồ cái lý không bằng một tí cái tình**

99



## **Khách hàng là công ty**

---

✓ Dữ kiện về hoạt động của công ty:

- Công ty sản xuất hay bán gì?
- Công ty bán hàng đến thị trường nào?
- Các kế hoạch cho tương lai?
- Vấn đề đang phải đối mặt?

100



## Khách hàng là công ty

---

✓ Đặc tính mua hàng của công ty:

- Công ty đang sử dụng dịch vụ của ai?
- Phương thức thanh toán như thế nào?
- Mức độ hài lòng về nhà cung cấp?
- Ngày kết thúc hợp đồng?

101



## Kế hoạch làm việc với KH

---

- ✓ Tôi sẽ phải làm việc với ai?
- ✓ Nhu cầu và quan tâm của khách hàng?
- ✓ Danh sách các đặc tính & lợi ích liên quan
- ✓ Chứng cứ nào tôi có thể xuất trình hiệu quả?
- ✓ Dạng chống đối nào có thể xảy ra?
- ✓ Kỹ thuật kết thúc nào?

102



### Kế hoạch làm việc với KH

---

✓ Kết quả nào tôi muốn đạt được?

- Xây dựng mối quan hệ
- Giải thích được đặc tính & lợi ích
- Ký được hợp đồng
- Thực hiện công việc hậu mãi,...

103



**Không chuẩn bị là  
chuẩn bị cho thất bại**

104



### 7 bước tiếp cận

---

1. Tìm kiếm
2. Chuẩn bị
3. Tiếp cận
4. Trình bày
5. Xử lý từ chối
6. Kết thúc
7. Theo đuổi

105



**Không có cơ hội thứ hai  
để gây**

**ẤN TƯỢNG BAN ĐẦU**

106



### 3 bước tiếp cận

---

- ✓ Thâm nhập
- ✓ Hình thành quan hệ
- ✓ Thu hút sự chú ý

107



### Thư tín

---

- ✓ Phương tiện có giá trị kém nhất
- ✓ Nên gửi **đích danh**
- ✓ Có thể đề nghị **ngày, giờ hẹn**
- ✓ **Tiếp tục** với một cuộc điện thoại

108



## Điện thoại

---

- ✓ Không có hình ảnh trực diện với KH
- ✓ Khó đoán được phản ứng
- ✓ Mục tiêu duy nhất: **Hẹn gặp**

109



## Điện thoại

---

- ✓ 75% không đạt mục đích trong lần đầu tiên
- ✓ 67% cắt ngang những việc quan trọng hơn
- ✓ 50% số cuộc gọi là thông tin một chiều

110



## Nghe điện thoại

---

- ✓ Trả lời ngay và xưng danh, chức vụ
- ✓ Hỏi tên nếu người gọi không xưng danh
- ✓ Ghi lại lời nhắn một cách chính xác
- ✓ Đừng để người gọi chờ đợi
- ✓ Chuyển đúng người cần gọi

111



## Người gọi giận dữ

---

- ✓ Dành thời gian cho họ xả giận
- ✓ Để ống nghe xa tai để vừa đủ nghe
- ✓ Ghi lại những lời phàn nàn, chửi rủa
- ✓ Nói tên, xác nhận sự quan trọng của vấn đề
- ✓ Chuyển cuộc gọi đến người có thể giải quyết
- ✓ Uống một cốc nước trước khi làm việc khác

112





## Để nghe điện thoại hiệu quả

---

- ✓ Dừng tất cả các việc khác lại
- ✓ Nói rõ ràng vào ống nghe
- ✓ Lạc quan, vui vẻ

113



## Lên KH và tổ chức cuộc gọi

---

- ✓ Lập danh sách cuộc gọi
  - Tên
  - Địa chỉ
  - Điện thoại,...
- ✓ Thời gian gọi phù hợp
  - Ngày
  - Giờ

114



## Thời gian gọi

---

- ✓ Kế toán viên: tránh 01 đến 05 hàng tháng
- ✓ Nhân viên ngân hàng: trước 10h sau 17h
- ✓ Hoá học gia, kỹ sư: 13h đến 15h
- ✓ Giáo sư: thứ Hai đến thứ Sáu
- ✓ Nhà thầu xây dựng: trước 9h, sau 17h

115



## Thời gian gọi

---

- ✓ Nha sỹ: Trước 10h
- ✓ Nhà thuốc, tiệm tạp hoá: 13h đến 15h
- ✓ Đại diện thương mại, thương gia, quản lý cửa hàng, trưởng các bộ phận: sau 10h30
- ✓ Luật gia: 11h đến 14h

116



## Thời gian gọi

---

- ✓ Y sỹ, phẫu thuật gia: 8h30-10h, sau 16h
- ✓ Giáo sư và giáo viên: 7h đến 8h
- ✓ Biên tập viên, nhà in: sau 15h
- ✓ Nhân viên ăn lương: ở nhà, vào buổi tối

117



## Gọi điện thoại

---

- ✓ Ghi nội dung cần trao đổi trước khi gọi
- ✓ Chào, giới thiệu bản thân, công ty
- ✓ Phát biểu mục đích cuộc gọi
- ✓ Ghi chép trong khi đàm thoại
- ✓ Xử lý từ chối
- ✓ Kết thúc một cách tích cực

118



## Hộp thư thoại

---

- ✓ Chào, giới thiệu bản thân, công ty
- ✓ Để lại lời nhắn chi tiết
- ✓ Đề xuất thời gian để họ/ bạn gọi lại
- ✓ Luôn đưa ra các lựa chọn để nói trực tiếp

119



## Giọng nói vui vẻ

---

- ✓ Luôn thể hiện nụ cười trong giọng nói
- ✓ Giọng nói thể hiện tính cách
- ✓ Giọng nói thể hiện sự thân thiện và nhiệt tình
- ✓ Thực hiện 6 quy tắc vàng

120



### 6 quy tắc vàng

---

1. Thay đổi tốc độ nói, lắng nghe, đặt câu hỏi
2. Thay đổi độ cao phù hợp với người nghe
3. Nói thẳng vào mic, để mic cách miệng 4 cm
4. Thể hiện như nói trực tiếp với người nghe
5. Truyền đạt lợi ích sáng tạo, phát âm rõ ràng
6. Nói đơn giản, tránh thuật ngữ, từ lóng

121



### 30 giây quan trọng nhất

---

- ✓ Hình thành mối quan hệ
- ✓ Thu hút sự chú ý ngay từ lúc nhập cuộc

122



## Hình thành quan hệ

---

- ✓ Luôn có một rào chắn về giao tiếp
- ✓ Không khí phòng thủ cần được phá vỡ
- ✓ Người bán hàng làm gì?
  - Công việc của Bác sĩ
  - Khám - Chẩn đoán - Kê đơn

123



**Hãy dành thời gian để  
khám phá ra nhu cầu và  
vấn đề của khách hàng**

124

## Câu hỏi

---

- ✓ Thăm dò
- ✓ Thu thập thông tin
- ✓ Kích thích suy nghĩ



125

## Câu hỏi thăm dò

---

- ✓ Dùng để xây dựng cuộc đối thoại
- ✓ Có 3 phần:
  - Phát biểu sự kiện
  - Quan sát
  - Câu hỏi dạng thăm dò đối thoại

126



## Câu hỏi thu thập thông tin

---

- ✓ Tìm kiếm thêm thông tin chi tiết
- ✓ Hỏi sự bất tiện khi tiếp tục sử dụng dịch vụ
- ✓ Thay đổi đề tài
- ✓ Tiếp cận trực tiếp thông tin đặc thù
- ✓ Kiểm tra thông tin

127



## Câu hỏi kích thích suy nghĩ

---

- ✓ Dùng câu hỏi mở
- ✓ Dùng câu hỏi đánh giá trực tiếp
- ✓ Để KH tự so sánh với đối thủ cạnh tranh
- ✓ Không ép KH thể hiện sẵn sàng mua

128





129

## Phễu bán hàng

---

- ✓ Phễu dẫn chất lỏng chảy theo ý muốn
- ✓ “Phễu bán hàng” là các câu hỏi
- ✓ Dẫn khách hàng đi đến quyết định mua hàng

130



# Lời chào cao hơn mâm cỗ

131



## 7 bước tiếp cận

---

1. Tìm kiếm
2. Chuẩn bị
3. Tiếp cận
4. Trình bày
5. Xử lý từ chối
6. Kết thúc
7. Theo đuổi

132



# Chưa nghe thì đừng nói!

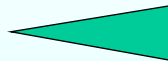
133



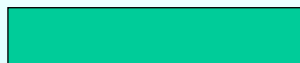
## Cấu trúc

---

Mở đầu



Thân bài



Kết luận



134



## Trình bày sản phẩm

---



135



Khách hàng không mua sản  
phẩm, dịch vụ mà mua  
**GIẢI PHÁP** cho **VẤN ĐỀ**  
của họ

136



**Liên hệ về đặc tính của sản phẩm với nhu cầu của khách hàng**

**Công thức F-A-B**

137



## **Bài tập phân tích F-A-B**

<b>Dịch vụ</b>	<b>Đặc tính</b>	<b>Lợi ích</b>

138



### Các yếu tố chú ý khi phân tích

---

- ✓ Đặc tính
- ✓ Lợi ích
- ✓ Tính thuận tiện
- ✓ Động cơ được thoả mãn
- ✓ Phương tiện thể hiện

139



## Giới hạn các điểm chính

140



# Đa thư loạn tâm

141



Nói dài  
Nói dài  
Nói dài

142



# **Biết nhiều không bằng biết điều**

143



## **Khái niệm phi ngôn từ**

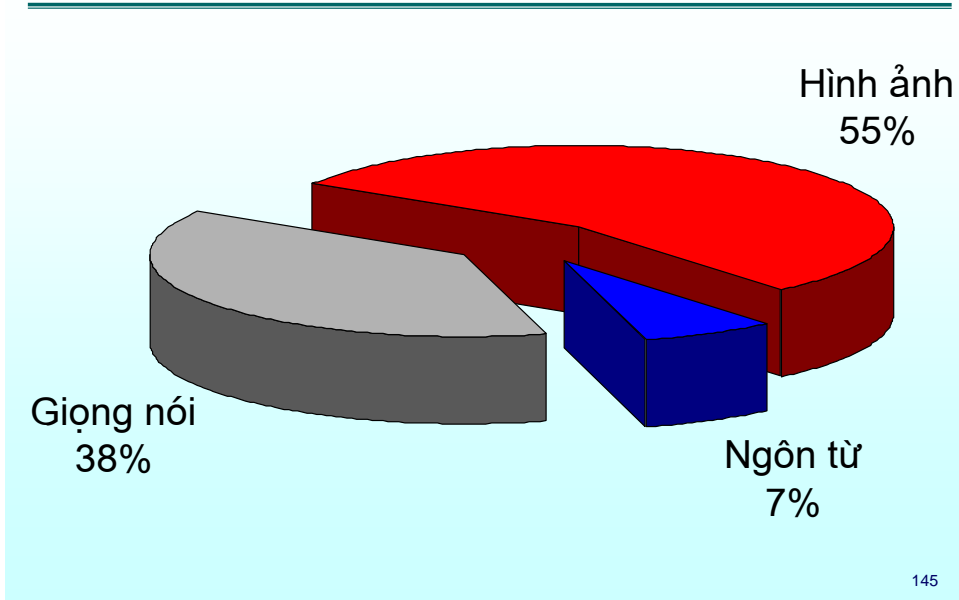
	<b>Hữu thanh</b>	<b>Vô thanh</b>
<b>Phi ngôn từ</b>	Giọng nói (chất giọng, âm lượng, độ cao...), tiếng thở dài, kêu la	Điều bộ, dáng vẻ, trang phục, nét mặt, ánh mắt, di chuyển, mùi...
<b>Ngôn từ</b>	Từ nói	Từ viết

144





## **Sức mạnh thông điệp**



**Trăm nghe không  
bằng một thấy**

## Gợi ý về minh họa

---

- ✓ Vạch trước kế hoạch minh họa
- ✓ Kiểm tra vật mẫu
- ✓ Liệt kê đặc tính và tiện ích
- ✓ Khung cảnh minh họa

147

## 10 kênh chính ngôn ngữ cơ thể

---

### 1. Nghi thức

- Nghi thức là sân chơi
- Ta có thể mất điểm hoặc được điểm

148



## **10 kênh chính ngôn ngữ cơ thể**

---

### **2. Tư thế**

- Ngả về phía sau: dừng lại - đèn đỏ
- Ngồi thẳng: thận trọng - đèn vàng
- Ngả về phía trước: tiếp tục - đèn xanh

149



## **10 kênh chính ngôn ngữ cơ thể**

---

### **3. Nét mặt**

- Có những nét rũ xuống: dừng lại
- Nét mặt vô cảm: thận trọng
- Các nét thư giãn, dễ chịu: tiếp tục

150



## 10 kênh chính ngôn ngữ cơ thể

---

### 4. Ánh mắt

- Nhìn liếc, tránh nhìn, nhìn trừng trừng lâu, nháy mắt quá nhiều, co đồng tử lại: dừng lại
- Nhìn vô cảm, nhìn đi nơi khác: thận trọng
- Nhìn cởi mở lúc gặp, trong quá trình đàm phán, con người mở to: tiếp tục

151



## 10 kênh chính ngôn ngữ cơ thể

---

### 5. Cánh tay

- Khoanh tay trước ngực: dừng lại
- Tay để hai bên, bất động: cẩn thận
- Tay đưa ra trước như vòng ôm: tiếp tục

152



## **10 kênh chính ngôn ngữ cơ thể**

---

### **6. Bàn tay (khi bắt tay)**

- Lòng bàn tay úp xuống, bóp tay người khác, tay lạnh và ướt, làm đau tay người khác, ủ rũ như cá ươn, cựa quậy: dừng lại
- Thiếu sinh khí, không thể hồi sinh: thận trọng
- Lòng bàn tay ngửa lên, bắt tay chặt, vững chãi: tiếp tục

153



## **10 kênh chính ngôn ngữ cơ thể**

---

### **7. Chân và bàn chân:**

- Chân bắt chéo, bàn chân hoặc mắt cá kề nhau, đặt chân lên bàn, chân ẻo lả: dừng lại
- Chân bắt chéo, bàn chân đặt lên nhau: thận trọng
- Chân dễ thoải mái, vững vàng: tiếp tục

154



## **10 kênh chính ngôn ngữ cơ thể**

---

### **8. Phạm vi**

- Quá gần, xâm lược lãnh địa, ngồi tách ra, ghế cao hơn: dừng lại
- Không tiến đến, không thể hiện quyền lực hay phục tùng: thận trọng
- Giữ khoảng cách trên dưới một mét, chọn vị trí “hợp tác”, ghế có độ cao ngang bằng với đối tác: tiếp tục

155



## **10 kênh chính ngôn ngữ cơ thể**

---

### **9. Dấu hiệu của hệ thần kinh**

- Da đổi màu, toát mồ hôi, nhịp thở thay đổi: dừng lại
- Có một thoáng biểu hiện của những điều trên: thận trọng
- Không có những biểu hiện trên: tiếp tục

156



## 10 kênh chính ngôn ngữ cơ thể

---

### 10. Các dấu hiệu tiêu cực khác

- Giậm chân
- Xỉa răng
- Mân mê một thứ/đồ vật trên cơ thể
- Nháy mắt nhiều
- Tay che miệng, mắt
- Để tay lâu trong túi
- ...

157



## 7 bước tiếp cận

---

1. Tìm kiếm
2. Chuẩn bị
3. Tiếp cận
4. Trình bày
5. Xử lý từ chối
6. Kết thúc
7. Theo đuổi

158



## Chống đối

---

- ✓ Luôn luôn có chống đối
- ✓ Đó chỉ là cách an toàn để trì hoãn quyết định
- ✓ Khó nhất là bán cho khách hàng im lặng

159



**Từ chối là lời mời để thuyết phục**

**Hãy mong đợi và chào đón chúng**

**Đó là những tín hiệu dẫn đường**

160



**Từ chối không có nghĩa  
là không. Mà nghĩa là  
chưa phải bây giờ.**

161

## **Chuẩn bị**

---

- ✓ Sổ tay Xử lý từ chối:
  - Ghi tất cả các loại chống đối
  - Cách đã xử lý, cách khác có thể dùng
- ✓ Chuẩn bị xử lý trước khi chúng được đưa ra

162



## Một số kiểu chống đối

---

- ✓ Giá của các ông cao quá
- ✓ Nhãn hiệu này lạ quá
- ✓ Tôi bận lắm
- ✓ Chúng tôi đã có nhà cung cấp khác
- ✓ Tôi cần suy nghĩ thêm

163



## Một số kiểu chống đối

---

- ✓ Có dịch vụ tương tự với giá rẻ hơn nhiều
- ✓ Thời hạn thanh toán căng quá
- ✓ Người cạnh tranh đề nghị với tôi giá rẻ hơn
- ✓ Tôi không mua nổi
- ✓ Ngân sách của tôi không có phần chi này

164



## Một số kiểu chống đối

---

- ✓ Tôi không thích
- ✓ Tôi chưa cần
- ✓ Công ty A bảo hành sản phẩm tốt hơn
- ✓ Tôi chưa bao giờ nghe đến công ty ông
- ✓ Dịch vụ của ông mới quá

165



## Một số kiểu chống đối

---

- ✓ Những chỉ trích đối với dịch vụ của bạn
- ✓ Người BH trước không để lại ấn tượng tốt
- ✓ Cty B gặp rắc rối khi sử dụng dịch vụ này
- ✓ Dịch vụ của công ty A ở gần đây sẽ tiện hơn
- ✓ Tôi mua của công ty X và hoàn toàn hài lòng

166



## Một số kiểu chống đối

- ✓ Chị/ anh K khuyên tôi không nên dùng
- ✓ Tôi phải bàn lại với người hùn vốn của tôi
- ✓ Để tôi bàn lại với vợ/ chồng tôi
- ✓ Sang năm tôi mới có thể mua

167



## Phân loại chống đối

Thời gian	Hầu hết mọi người đều muốn trì hoãn việc ra quyết định mua hàng
Giá cả	Người mua nghĩ rằng sẽ có phương án khác tốt hơn
Nguồn	Người mua không có đủ thông tin về sản phẩm và công ty
Cạnh tranh	Người mua so sánh hay gây áp lực bằng cạnh tranh

168



### Chiến thuật Xử lý từ chối

---

✓ Sử dụng kiến thức:

- Sản phẩm
- Công ty
- Đối thủ cạnh tranh.

✓ Chuẩn bị tốt các kỹ năng Xử lý từ chối

169



### Phớt lờ chống đối

---

✓ Chống đối không có cơ sở bạn có thể phớt lờ

✓ Đầu tiên thừa nhận chống đối và sau đó lờ đi

170

## **Từ chối gián tiếp**

---

- ✓ Trước tiên lập lại lời chống đối của KH
- ✓ Không nói thẳng với KH rằng họ sai
- ✓ ủng hộ quan điểm KH, để tránh căng thẳng
- ✓ Chủ động điều chỉnh chống đối vô giá trị

171

## **Phương pháp bồi hoàn**

---

- ✓ Phương pháp “Vâng, nhưng...”
- ✓ Chống đối chỉ đúng một phần
- ✓ người BH có thể chỉ ra yếu tố bồi hoàn.
- ✓ Tránh tranh cãi trực tiếp
- ✓ Trước tiên đồng ý với KH
- ✓ Khéo léo đưa ra lý do hợp lý để mua hàng

172



## Lợi ích bồi hoàn đưa ra cần

---

- ✓ Tối thiểu bằng với luận cứ chống đối
- ✓ Càng hấp dẫn càng tốt
- ✓ Đáp ứng nhu cầu cá biệt của khách hàng
- ✓ Lợi ích độc quyền nếu có thể

173



## Phương pháp Bommerang

---

- ✓ Nắm lấy chống đối của khách hàng và chuyển thành lý do mua hàng
- ✓ Ví dụ:  
KH: Chất lượng sóng của Mobi Fone kém hơn so với VinaPhone.

174



## **Phương pháp Bommerang**

---

người BH: Chúng tôi đã đưa vào sử dụng dịch vụ chuyển vùng giữa hai mạng từ 15/11 nên sóng không còn là vấn đề nữa. Ngoài ra Mobi Fone thường xuyên có các chương trình khuyến mại có lợi cho khách hàng. Hiện nay đang có chương trình khuyến mại...

175



## **Đón đầu**

---

- ✓ Ngăn ngừa chống đối trước khi xuất hiện
- ✓ Với các chống đối lặp đi lặp lại
- ✓ Hàm chứa câu trả lời trong phần giới thiệu
- ✓ Chống đối phổ biến mới được đón đầu.

176



## Xoay đổi chủ đề

---

- ✓ Chồng đối không liên quan đến nhu cầu
- ✓ Phải nắm lấy tiền đề mà KH đưa ra
- ✓ Biến đổi để KH nhìn sự việc ở góc độ khác

177

## 7 bước tiếp cận

---

1. Tìm kiếm
2. Chuẩn bị
3. Tiếp cận
4. Trình bày
5. Xử lý từ chối
- 6. Kết thúc**
7. Theo đuổi

178

## Kỹ thuật kết thúc

---

### ✓ Kết thúc

- Một câu hỏi
- Tuyên bố
- Hành động
- Để đảm bảo KH quyết định mua

### ✓ Tại sao kết thúc?

- KH có thể miễn cưỡng mua sản phẩm
- Vài ý tưởng tiêu cực có thể gây trở ngại

179

## Tại sao người BH không kết thúc

---

- ✓ người bán hàng sợ bị từ chối.
- ✓ Sự từ chối là cú đánh vào tự ái của người BH
- ✓ KH từ chối vì nghi ngại dịch vụ chứ không phải vì bản thân người BH

180



# Học ăn, học nói, học gói, học mở

181



## Khi nào nên kết thúc?

---

- ✓ Chỉ khi khách hàng thấy hứng thú
- ✓ KH đồng ý với giá trị của các lợi ích
- ✓ Khi KH đồng ý trong cách trả lời chống đối
- ✓ Khi có một khoảng thời gian im lặng

182



## Khi nào nên kết thúc?

---

- ✓ Khi KH có những cử chỉ thể hiện quan tâm
  - Xem kỹ mẫu sản phẩm
  - Lấy bút ra và tính toán
  - Gật đầu
  - Xoa cằm
  - Vẽ mặt thân thiện

183



## Kết thúc bằng câu hỏi

---

- ✓ Kết thúc thử, câu hỏi mở:
  - Ông có gì khác cần hỏi?
  - Chúng ta tiến hành hợp tác như thế nào?
  - Ông cho biết ý kiến của ông?
- ✓ Câu hỏi dọn đường:
  - Còn lý do nào ngoài giá ngăn ông mua hàng?

184



## Kết thúc trực tiếp

---

- ✓ Yêu cầu trực tiếp đơn đặt hàng
  - Cho tôi xin chữ ký cho hợp đồng?
- ✓ Kết thúc tóm lược
  - Giới thiệu tóm tắt những lợi ích chính

185



## Kết thúc vâng/ có liên tục

---

- ✓ Làm cho KH có thói quen nói: Vâng/ có
- ✓ Hỏi một chuỗi chắc chắn có trả lời: Vâng/ có
- ✓ Câu hỏi cuối cùng là đơn đặt hàng

186



### Kết thúc lựa chọn “cái nào”

---

- ✓ Chúng tôi giao hàng vào thứ 2 hay thứ 3?
- ✓ Chúng tôi sẽ cung cấp bình hoa trước hay cả chậu hoa nữa?

187



### Kết thúc “chỉ có một dịp”

---

- ✓ Đưa ra lợi ích
- ✓ Khuyến khích khách hàng hành động ngay

188



## Kết thúc khách lệ đặc biệt

---

- ✓ Chào hàng đặc biệt
- ✓ Có một số ưu tiên đặc biệt cho KH mới:
  - Giao hàng tận nơi miễn phí
  - Chiết khấu cao
  - Trả chậm

189



## Các kiểu kết thúc khác

---

- ✓ Cho rằng khách hàng sẵn sàng mua
- ✓ Xử sự như khách hàng sẽ mua
- ✓ Để khách hàng quyết định từng điểm nhỏ
- ✓ Đốc thúc khách hàng để kết thúc
- ✓ Kết thúc nhượng bộ

190



## Các kiểu kết thúc khác

---

- ✓ Kết thúc theo hình thức câu chuyện
- ✓ Sử dụng tên tuổi của các khách hàng khác
- ✓ Tóm lược các ưu điểm
- ✓ Hỏi “Tại sao không...”
- ✓ “Ghi nhiều bàn thắng”

191



## Khi nào nên rời văn phòng KH

---

- ✓ Rời càng sớm càng tốt
  - ở lại lâu sẽ tăng nghi ngờ và các câu hỏi không dự kiến
- ✓ Tuy nhiên không nên rời quá sớm
  - Hãy hoàn thành phương thức bán hàng: đơn hàng, thời gian và phương thức giao hàng, thanh toán, dịch vụ,...

192





## 7 bước tiếp cận

---

1. Tìm kiếm
2. Chuẩn bị
3. Tiếp cận
4. Trình bày
5. Xử lý từ chối
6. Kết thúc
7. Theo đuổi

193



## Theo đuổi

---

✓ Hai nhiệm vụ sau khi kết thúc thương vụ:

- Hành động
- Theo đuổi

194



## Hành động

---

- ✓ Thư cảm ơn tỏ thái độ đánh giá cao KH
- ✓ Khích lệ sự cố gắng của khách hàng
- ✓ Món quà nhỏ thể hiện sự quan tâm
- ✓ Thiếp chúc mừng sinh nhật
- ✓ Hoa hồng cho giới thiệu khách

195



## Hành động

---

- ✓ Sự liên lạc thường xuyên
- ✓ Cách quảng cáo rẻ tiền nhất
- ✓ Mạng lưới khách hàng
- ✓ Nghiên cứu khách hàng
- ✓ Thông tin về đối thủ cạnh tranh

196



## Theo đuổi

---

- ✓ Kiểm tra kết quả giao nhận: thời gian,...
- ✓ Quan tâm đến việc kinh doanh của KH
- ✓ Góp ý giúp tăng khả năng kinh doanh
- ✓ Giúp mở rộng kinh doanh của khách hàng

197



## Phân tích sau cuộc gặp

---

- ✓ Tôi có liên hệ đúng người không?
  - Nếu không, tại sao?
- ✓ Tôi có đạt kết quả tôi muốn?
  - Nếu không, tại sao?
- ✓ Cách tiếp cận của tôi có hữu hiệu?
  - Có xác định đúng nhu cầu & vấn đề của KH?
  - Nếu không, những thông tin khác nào tôi cần xác định đúng?

198



## Phân tích sau cuộc gặp

---

- ✓ Phần giới thiệu có hiệu quả không?
  - Tôi có giải thích được lợi ích, tiện lợi,...?
  - Tôi có cung cấp đủ chứng cứ?
- ✓ Tôi có lắng nghe hiệu quả không?
- ✓ Có chống đối nào mà tôi không thể xử lý?
  - Nếu có, lần sau tôi phải làm gì?

199



## Phân tích sau cuộc gặp

---

- ✓ Tôi có kết thúc đúng lúc?
  - Cách kết thúc có hiệu quả không? Tại sao?
- ✓ Cần làm gì tiếp để đạt mục tiêu bán hàng?

200



## Kỹ năng bán hàng

---

- ✓ Các khái niệm cơ bản
- ✓ Yêu cầu đối với người bán hàng
- ✓ Bảy công đoạn của chu trình bán hàng
- ✓ **Kế hoạch cá nhân**

201



**Không biết đi  
đâu thì chẳng  
bao giờ đến nơi**

202



### Mục tiêu bán hàng

---

- ✓ Bán được hàng
- ✓ Bán đủ chủng loại
- ✓ Tăng giá trị đơn hàng
- ✓ Thu hồi công nợ
- ✓ Nắm bắt thông tin thị trường

203



**Một mục tiêu không có  
kế hoạch là một giấc  
mơ không bao giờ trở  
thành hiện thực.**

204



## **Tại sao phải có kế hoạch**

---

- ✓ Lập kế hoạch từng bước để đạt mục tiêu
- ✓ Ý thức tốt hơn trong việc sử dụng thời gian
- ✓ Ghi chép việc làm để sử dụng thời gian tốt
- ✓ Đo lường tiến trình thực hiện để đạt mục tiêu
- ✓ Điều chỉnh các hoạt động của mình

205



## **Nội dung kế hoạch hàng ngày**

---

- ✓ Những việc phải làm
  - Các cuộc giao hàng
  - Các cuộc hẹn
  - Các cuộc liên hệ khách hàng tiềm năng
- ✓ Theo sát các hoạt động hiện tại
- ✓ Các nguồn kinh doanh mới
- ✓ Các nguồn kinh doanh trong tương lai

206



## Các yêu cầu

---

- ✓ Thực hiện kế hoạch hàng ngày
- ✓ Viết ra kế hoạch của mình
- ✓ Cần có sự lựa chọn (nguồn khách hàng)
- ✓ Quyết tâm thực hiện kế hoạch đề ra

207



## Các nguồn KH tiềm năng

---

- ✓ Các nguồn theo dõi tiếp:
  - Các khách hàng cần liên hệ ngay
- ✓ Các nguồn mới:
  - Nguồn khách hàng tiềm năng đang phát triển
- ✓ Các nguồn tương lai:
  - Các nguồn KH tiềm năng cần phát triển

208



## Phát triển kế hoạch

KH tiềm năng	Kế hoạch hành động	Kết quả	Hoạt động tiếp theo
1.			
2.			
3.			
4.			

209

$$\begin{array}{ccc}
 \boxed{\text{Thành công}} & = & \boxed{\text{Mục tiêu}} + \boxed{\text{Phương pháp}} \\
 100\% & & 100\% \quad 0\%
 \end{array}$$

210



## Kỹ năng bán hàng

---

- ✓ Các khái niệm cơ bản
- ✓ Yêu cầu đối với người bán hàng
- ✓ Bảy công đoạn của chu trình bán hàng
- ✓ Kế hoạch cá nhân

211