

**KỸ NĂNG
BÁN HÀNG
THỰC CHIẾN**

Kỹ năng bán hàng thực chiến

Bản quyền tiếng Việt © Trịnh Minh Thảo, 2023

Alpha Books - Better Knowledge, Better Success

Thương hiệu sách Quản trị kinh doanh số 1 thị trường

Alpha Books không bán sách, chúng tôi bán những kinh nghiệm và kiến thức kinh doanh, quản trị hàng đầu thế giới.

Không phần nào trong xuất bản phẩm này được phép sao chép hay phát hành dưới bất kỳ hình thức hoặc phương tiện nào mà không có sự cho phép trước bằng văn bản của Công ty Cổ phần Sách Alpha. Chúng tôi luôn mong muốn nhận được những ý kiến đóng góp của quý vị độc giả để sách ngày càng hoàn thiện hơn.

Biên mục trên xuất bản phẩm của Thư viện Quốc gia Việt Nam

Trịnh Minh Thảo

Kỹ năng bán hàng thực chiến : Dành riêng cho những nhân viên bán hàng đang chật vật xoay sở với chỉ tiêu / Trịnh Minh Thảo. - H. : Thế giới ; Công ty Sách Alpha, 2023. - 256 tr. ; 24 cm

ISBN 978-604-77-8554-4

1. Bán hàng 2. Kỹ năng

658.85 - dc23

TGM0473p-CIP

Góp ý về sách, liên hệ về bản thảo và bản dịch: publication@alphabooks.vn

Liên hệ hợp tác về nội dung số: ebook@alphabooks.vn

Liên hệ hợp tác xuất bản & truyền thông trên sách: publication@alphabooks.vn

Liên hệ dịch vụ tư vấn, đại diện & giao dịch bản quyền: copyright@alphabooks.vn

Trịnh Minh Thảo

KỸ NĂNG BÁN HÀNG THỰC CHIẾN

Dành riêng cho những nhân
viên bán hàng đang chật vật
xoay sở với chỉ tiêu



ĐỘI NGŨ TRIỂN KHAI ALPHA BOOKS

Chịu trách nhiệm xuất bản:

Đỗ Nguyệt Anh

Điều phối viên: Thùy Chi

Thiết kế bìa: Trang Fu – Anh Quân

Trình bày: Mỹ Mây

Thư ký xuất bản: Thủy Nguyễn

Bản quyền: Thiên Hương

Phụ trách marketing: Linh Hương

Alpha Books không bán sách, chúng tôi bán những kinh nghiệm
và kiến thức kinh doanh, quản trị hàng đầu thế giới.

Alpha Books - Better Knowledge, Better Success

Lời nói đầu

Tôi có cơ hội bán hàng ở nhiều ngành nghề khác nhau, bao gồm các mảng ngân hàng bán lẻ, bất động sản, dược phẩm, dịch vụ y khoa, hàng tiêu dùng... nên có thể nói bán hàng đã là một nghề nghiệp. Nhưng mọi việc đều là chọn lựa tình cờ chứ chẳng hề có kế hoạch hay dự định trước.

Thời đó, suốt gần ba năm làm nhân viên tín dụng, ngân hàng chẳng tổ chức bất cứ chương trình đào tạo nào cả; tất cả kỹ năng làm việc đều là tôi học từ anh chị đi trước, nghe bảo sao làm vậy, đúng – sai chẳng phân biệt được.

Đến khi sang Úc du học, công việc làm thêm đối với sinh viên cũng không nhiều lựa chọn do tiêu chí tuyển dụng đơn giản, nhu cầu khắp nơi, thu nhập theo kiểu làm bao nhiêu hưởng bấy nhiêu. Ngoài việc tay chân phổ biến như phụ bếp, làm bánh mì, dọn phòng khách sạn thì vị trí khá dĩ có thể tìm được đó là bán hàng.

Cũng chẳng phải yêu thích gì, tôi chọn việc này chủ yếu để trau dồi thêm tiếng Anh chứ hình dung kiếm tiền được không dễ. Thường là sau vài buổi đào tạo sản phẩm, nhân viên tự mày mò làm chứ chẳng ai hướng dẫn thêm. Muốn học hỏi kinh nghiệm thì cứ xin ngồi bên cạnh các top sales để nghe họ gọi điện, hoặc đi theo khi có hẹn gặp khách hàng để quan sát.

Thực tế như vậy nên chỉ học được vài cách xử lý tình huống chứ không đúc kết được thành phương pháp bài bản.

Vì không hiểu biết các nguyên tắc, lại mù mờ về tâm lý khách hàng và chẳng kiểm soát được quy trình bán nên mất nhiều thời gian, tỷ lệ chốt deal thấp và thường xuyên thấp thỏm mong ngóng vì những lời hứa hẹn của khách hàng, nguyên do là:

- Chưa sàng lọc khách hàng và chưa đánh giá kỹ lưỡng điều kiện khách hàng (động lực, tài chính, quy trình ra quyết định...)
- Ngại đặt câu hỏi để tìm hiểu vấn đề của khách hàng và khai thác nhu cầu.
- Vội vã gửi thông tin khi khách hàng yêu cầu.
- Nhanh nhẩu gửi báo giá rồi hy vọng được xem xét.

Đặc biệt, trong thời gian dài nhiều người bán hàng vẫn không ngừng thắc mắc tại sao khách hàng tỏ ra rất nhiệt tình và hào hứng tìm hiểu thông tin sản phẩm nhưng sau khi nhận được offer rồi lại biến mất không dấu vết...

Đó là nguyên do khiến tôi chú trọng tìm hiểu vì tin rằng phải có phương pháp khác hiệu quả hơn, giúp người bán giải tỏa áp lực và cải thiện kết quả bền vững.

Cuốn sách này được viết trong thời gian ba năm, tập hợp nguyên tắc, phương pháp luận và kinh nghiệm thực chiến từ thành công và vô số thất bại mà tôi học hỏi, tích lũy khi làm việc với lực lượng bán hàng từ nhiều tổ chức khác nhau.

Nếu bạn đang loay hoay với chỉ tiêu; khó khăn thực hiện kế hoạch; cảm thấy áp lực vì doanh số; thậm chí giảm đi niềm vui, sự hào hứng trong công việc và thực lòng mong muốn cải thiện thì đây là cuốn sách dành cho bạn.

Tuy nhiên, bao giờ cũng vậy, nói dễ hơn làm, nếu chỉ đọc xong rồi để đó thì chẳng có gì xảy ra. Một khi bạn không thay đổi hành vi, sẽ chẳng có kết quả gì khác biệt. Mọi thứ chỉ bắt đầu từ lúc bạn thay đổi – từng việc một, từng ngày một.

Mong rằng, cuốn sách này mang đến cho bạn cảm hứng thay đổi để hàng tháng không còn phải vất vả xoay xở với chỉ tiêu.

Trịnh Minh Thảo

MỤC LỤC

Lời nói đầu 5

01. NGUYÊN TẮC BÁN HÀNG THỰC CHIẾN 11

"Bạn có thể thua cuộc nhưng không được phép bỏ cuộc!"

– Rei Iida

02. HÀNH TRÌNH NGƯỜI BÁN VÀ HÀNH TRÌNH NGƯỜI MUA 35

Chúng ta đều phải chịu đựng một trong hai thứ: sự đau đớn của kỷ luật hay sự đau đớn của hối tiếc hoặc thất vọng

– Jim Rohn (1930 – 2009)

03. KỸ NĂNG SỬ DỤNG ĐIỆN THOẠI TRONG BÁN HÀNG 53

"Nếu muốn tăng tỷ lệ thành công, hãy nhân đôi tỷ lệ thất bại của bạn!" - Thomas Watson (1874 - 1956)

04. LUẬT BÌNH QUÂN TRONG BÁN HÀNG 95

"Ngày hôm nay rất khó, ngày mai càng khó hơn. Nhưng ngày mốt, mọi thứ sẽ trở nên tốt đẹp!" – Jack Ma

05. CHUẨN BỊ CHO BUỔI BÁN HÀNG TRỰC TIẾP 117

"Nỗ lực tốt nhất vào thời điểm này sẽ đưa bạn đến vị trí tốt nhất ở thời điểm sắp tới!" - Oprah Winfrey

06. QUY TRÌNH BÁN HÀNG THỰC CHIẾN 135

"Không có gì, kể cả uy tín, tài năng, trí thông minh thiên phú, có thể thay thế sự bền bỉ và lòng tận tụy" - Calvin Coolidge (1872 - 1933)

07. KỸ NĂNG XỬ LÝ TỪ CHỐI 175

"Thành công là tổng của mọi sự cố gắng, lặp đi lặp lại hết ngày này sang ngày khác!" - Robert Collier (1885 - 1950)

08. KINH NGHIỆM BÁN HÀNG THỰC CHIẾN 209

Khi còn trẻ tôi thường nghĩ tiền quan trọng, về già tôi thấy rằng nó quan trọng thật! - Oscar Wilde (1854 - 1900)

09. THÓI QUEN TỐT TRONG BÁN HÀNG 233

"Tôi không sợ người luyện 10.000 cú đá khác nhau, tôi chỉ sợ người luyện một cú đá 10.000 lần!" - Bruce Lee (1940 - 1973)

Lời kết 251

Lời cảm ơn 253



01



NGUYÊN TẮC BÁN HÀNG THỰC CHIẾN

**“Bạn có thể thua cuộc nhưng
không được phép bỏ cuộc!”**

- Rei Iida

Trước khi tìm hiểu về mô hình bán hàng thực chiến, chúng ta cần thống nhất một số nguyên tắc có tính định hướng, làm nền tảng điều chỉnh suy nghĩ và hành vi của người bán. Những nguyên tắc này dù rất ngắn gọn nhưng giải thích rõ vai trò, vị trí cùng tương quan trong mối quan hệ của “người bán – người mua” qua các giao dịch.

Hiểu biết đầy đủ về những nguyên tắc này và tuân thủ một cách có kỷ luật sẽ giúp thay đổi tư duy, từ đó điều chỉnh hành vi và tạo khác biệt trong kết quả bán.

10 NGUYÊN TẮC BÁN HÀNG THỰC CHIẾN

- 1. Tìm kiếm khách hàng là việc bắt buộc phải làm cho dù có thích hay không!**
- 2. Bán hàng mà sợ từ chối tức là bạn chọn sai nghề để kiếm tiền!**
- 3. Bạn chẳng mất những gì mình không có!**
- 4. Lý do từ chối khách hàng nêu ra ban đầu thường không phải là lý do thật!**
- 5. Khách hàng không mua vì tính năng mà mua bằng cảm xúc và đánh giá bằng lý trí!**
- 6. Trong bán hàng, nếu chưa có kỹ năng bạn vẫn có cơ hội thành công nếu siêng năng!**
- 7. Hãy quên những bài học thời bé nếu muốn bán hàng thành công!**
- 8. Bạn sẽ khó trở thành người bán hàng giỏi nếu không yêu thích công việc!**
- 9. Không cần mối quan hệ để bán hàng!**
- 10. Hoạch là chốt hợp đồng, hoạch là đóng hồ sơ!**

Phần tiếp theo chúng ta sẽ thảo luận chi tiết các nguyên tắc này nhằm củng cố quan điểm cũng như giúp bạn có thêm lý do vững chắc để thuyết phục bản thân. Một khi đủ tin tưởng rằng những nguyên tắc này phù hợp với ngành nghề và công việc đang làm, hãy ứng dụng ngay để trước mắt cải thiện kết quả, và lâu dài, giúp hình thành cung cách bán hàng chuyên nghiệp.

NGUYÊN TẮC THỨ NHẤT

Tim kiếm khách hàng là việc bắt buộc phải làm cho dù bạn có thích hay không!

Tim kiếm khách hàng là cơn ác mộng, nỗi kinh hoàng và thách thức làm nản lòng bao nhiêu bạn trẻ mới vào nghề. Mặc dù hiểu rằng, yêu cầu đầu tiên trong bán hàng là tìm kiếm khách hàng nhưng vì công việc này đòi hỏi sự kiên trì, tốn thời gian và quá áp lực, đặc biệt là áp lực bị từ chối thường xuyên khiến đa số nhân viên bán hàng chọn cách né tránh hoặc thực hiện ở mức tối thiểu.

Tuy nhiên, tìm kiếm khách hàng là hoạt động cực kỳ cần thiết, phải làm hằng ngày như hơi thở đối với cơ thể.

Điều tuyệt vời là một khi xây dựng được thương hiệu, có sản phẩm phù hợp nhu cầu, quy trình phục vụ chất lượng cộng thêm các chương trình quảng cáo, khách hàng sẽ tìm đến chứ bạn không phải vất vả đi tìm. McDonald là một ví dụ tiêu biểu.

Tim kiếm khách hàng hiệu quả sẽ mang đến cho người bán hàng điều xa xỉ: sự lựa chọn. Được lựa chọn bao giờ cũng tốt

hơn là không có lựa chọn nào. Một khi nhiều khách hàng để bán, bạn sẽ:

- Không còn quá áp lực phải chốt cho bằng được.
- Không buộc phải giảm giá hay chiết khấu để lấy lòng khách hàng.
- Có thể chủ động đưa ra các điều khoản giao dịch.
- Không phải cố van nài khách hàng mua, ngược lại, khách hàng sẽ thuyết phục bạn tại sao nên bán cho họ.

Cũng như việc trải qua các kỳ thi, đó là việc đầy lo âu và căng thẳng mà chẳng sinh viên nào hào hứng nhưng lại là việc phải làm. Và bạn biết rồi đấy, những vị trí top đầu luôn thuộc về những ai siêng năng, dành thời gian và công sức một cách nghiêm túc vào việc chẳng lấy gì thích thú này.

Câu hỏi là: Nếu bắt buộc phải tìm kiếm khách hàng thì có cách gì để giảm áp lực và bớt căng thẳng? Có ba cách làm thông minh hơn thay vì vất vả hơn, đó là:

Tăng gấp đôi doanh số trên mỗi khách hàng: Bằng cách này bạn sẽ giảm một nửa số khách hàng cần tìm để đạt chỉ tiêu. Hay nói khác đi, cứ tăng doanh số trên mỗi khách hàng, bạn sẽ giảm được tỷ lệ tương ứng khách hàng cần có.

Cải thiện tỷ lệ thành công: Ví dụ tỷ lệ chốt hợp đồng thành công của bạn là 10%, tức là cứ gặp 10 khách hàng bạn chốt được một deal. Giờ, nếu nâng tỷ lệ chốt thành công lên 20%: chỉ cần gặp năm khách hàng bạn đã có thể chốt một.

Đề nghị khách hàng hiện hữu giới thiệu khách hàng mới: Đây là cách khôn ngoan để mở rộng hệ khách hàng. Còn gì tuyệt vời hơn nếu biết rằng lúc bạn đang đọc cuốn sách

này, các khách hàng của bạn ngoài kia tích cực quảng bá sản phẩm dịch vụ đến nhiều người khác.

Chúng ta sẽ có dịp thảo luận những phương pháp này ở các chương sau, bây giờ bạn cần thống nhất nguyên tắc quan trọng tiếp theo.

NGUYÊN TẮC THỨ 2

Bán hàng mà sợ từ chối tức bạn chọn sai nghề để kiếm tiền!

Nếu là dân bán hàng, hẳn bạn đã ít nhất một lần xem bộ phim rất hấp dẫn *Sói già Phố Wall*, trong đó có nhiều đoạn nhân vật chính huấn luyện chuyên viên bán hàng của mình bằng phong cách cực kỳ lôi cuốn với thông điệp được lặp đi lặp lại nhiều lần đó là: “Don’t take no for an answer” (Đừng chấp nhận lời từ chối”).

Rất tiếc, trong thực tế, nhiều người bán hàng đã học thuộc nằm lòng thậm chí có những chương trình huấn luyện cũng nhắc lại như một khẩu hiệu tiên quyết, khiến cho người bán dị ứng với lời từ chối hoặc phản ứng với tình huống khách hàng từ chối bằng cảm giác tiêu cực.

Đây có lẽ là ngộ nhận phổ biến của dân trong nghề. Thực tế nên biết rằng cho dù bất cứ sản phẩm bán là gì, bạn cũng sẽ gặp nhiều lời từ chối hơn đồng ý, đơn giản vì tại thời điểm đó khách hàng chưa có nhu cầu, thiếu ngân sách hoặc đó chẳng phải việc ưu tiên phải quyết định... Nếu không chấp nhận lời từ chối như một điều bình thường hẳn bạn sẽ không đủ mạnh mẽ để gặp khách hàng mỗi ngày.

Một ví dụ, khi tiếp thị sản phẩm dịch vụ ngân hàng bán lẻ qua điện thoại (telemarketing), tỷ lệ thành công trung bình