



5 phút
trước một cuộc gọi/
cuộc gặp quan trọng



“Nếu cho tôi 6 giờ để chặt một cái cây, và tôi sẽ dành 4 giờ đầu tiên để mài rìu.” - *Abraham Lincoln*

BỐI CẢNH

Bạn sắp có cuộc gọi quan trọng với khách hàng tiềm năng. Chỉ còn 5 phút nữa, cảm giác lo lắng và áp lực bắt đầu xuất hiện.

TƯ DUY CỐT LÕI

Mọi cuộc chiến đều được định đoạt từ trước khi nó bắt đầu. Tâm thế của bạn quyết định 80% kết quả.

CHIẾN LƯỢC PHẢN HỒI

- Hít thở (1 phút): Thực hành kỹ thuật hít thở sâu đúng cách để giảm căng thẳng.
- Mục tiêu (1 phút): Viết ra mục tiêu quan trọng nhất của cuộc gọi này.
- Hình dung (2 phút): Nhắm mắt và hình dung cuộc trò chuyện diễn ra suôn sẻ và bạn đạt được mục tiêu đã đề ra.
- Tư thế (1 phút): Đứng thẳng, vai mở rộng, mỉm cười. Trạng thái cơ thể ảnh hưởng trực tiếp đến tinh thần.

CÂU NÓI THỰC CHIẾN

Tự nhủ: “Mình mang lại giá trị và giúp đỡ khách hàng. Mình đã chuẩn bị kỹ và mình sẽ làm được.”

BÀI TẬP RÈN LUYỆN

1. Thực hiện ít nhất 1 cuộc gọi không theo chiến lược (chọn một khách hàng và gọi ngay) và 1 cuộc gọi theo chiến lược (thực hiện nghiêm túc quy trình chuẩn bị 5 phút).
2. So sánh kết quả của hai cuộc gọi.



Kịch bản cho 15 giây đầu tiên của cuộc gọi



“Bạn không bao giờ có cơ hội thứ hai để tạo ấn tượng đầu tiên.” - Will Rogers

BỐI CẢNH

Bạn đang thực hiện một cuộc gọi lạnh (cold call) tới một người chưa hề biết bạn là ai. Bạn có 15 giây để thu hút sự chú ý của họ trước khi họ cúp máy.

TƯ DUY CỐT LÕI

Mục tiêu của 15 giây đầu tiên không phải là bán hàng, mà là “mua” thêm 30 giây tiếp theo.

CHIẾN LƯỢC PHẢN HỒI

- Chào hỏi (chậm và rõ ràng): “Chào anh/chị [Tên khách hàng], em là [Tên bạn] từ [Tên công ty].”
- Xin phép (thể hiện sự tôn trọng): “Em gọi lúc này có làm phiền anh/chị không ạ?”
- Tuyên bố giá trị (kết nối ngay với một vấn đề phổ biến trong ngành của khách): “Em gọi cho anh/chị vì chúng em chuyên giúp các công ty trong lĩnh vực [Lĩnh vực của khách] giải quyết [Vấn đề A] và đạt được [Kết quả B].”

CÂU NÓI THỰC CHIẾN

“Chào anh Sơn, em là Nam, gọi từ công ty ABC. Không biết em gọi anh giờ này có tiện không ạ? Em gọi cho anh là vì bên em chuyên giúp các Giám đốc Marketing như anh tối ưu chi phí quảng cáo và tăng tỷ lệ chuyển đổi lên đến 20%.”

BÀI TẬP RÈN LUYỆN

Soạn và ghi âm 3 phiên bản “Câu nói thực chiến” khác nhau. Nghe và chọn phiên bản hiệu quả nhất.

03

Biến “người gác cổng” thành đồng minh



“Cách tốt nhất để có được thứ bạn muốn là giúp người khác có được thứ họ muốn.” - *Zig Ziglar*

BỐI CẢNH

Bạn gọi đến công ty và gặp thư ký/trợ lý. Họ hỏi: “Anh/chị gọi có việc gì ạ?” và có xu hướng không để bạn nói chuyện trực tiếp với người ra quyết định.

TƯ DUY CỐT LÕI

“Người gác cổng” không phải kẻ thù mà là người nắm rõ luồng thông tin. Hãy tôn trọng và nhờ họ giúp đỡ.

CHIẾN LƯỢC PHẢN HỒI

- Tôn trọng & lịch sự: Luôn dùng giọng điệu tôn trọng. Hỏi và sử dụng tên của họ trong cuộc trò chuyện.
- Thẳng thắn & nhờ giúp đỡ: Nói rõ bạn muốn gặp ai, để làm gì và nhờ họ tư vấn thời điểm phù hợp.
- Trao quyền: “Mong anh/chị có thể giúp em vì anh/chị là người nắm rõ lịch trình nhất. Theo anh/chị khi nào em có thể kết nối với anh/chị [Tên] ạ?”

CÂU NÓI THỰC CHIẾN

“Chào chị Linh, em là Nam từ công ty ABC. Hy vọng chị có thể giúp em. Em cần trao đổi nhanh với anh Bảo bộ phận Marketing. Em nên gọi lại vào lúc nào trong ngày để tiện nhất cho anh Bảo ạ?”

BÀI TẬP RÈN LUYỆN

Thực hành câu nói thực chiến 3-5 lần với các tên khác nhau cho đến khi bạn nói ra câu này một cách trôi chảy và tự tin.

04

“Tôi đang bận, gọi lại sau nhé!”



“Thời gian là thứ chúng ta muốn nhiều nhất, nhưng lại là thứ chúng ta sử dụng tệ nhất.” - *William Penn*

BỐI CẢNH

Ngay sau khi bạn giới thiệu, khách hàng ngắt lời và nói: “Xin lỗi, giờ tôi đang họp/rất bận, có gì gọi lại sau nhé!” rồi định cúp máy.

TƯ DUY CỐT LỖI

Dù đây là lời từ chối thật hay là cơ thoái thác, mục tiêu của bạn vẫn là chốt được lịch hẹn cụ thể.

CHIẾN LƯỢC PHẢN HỒI

- Đồng cảm & tôn trọng: “Dạ vâng, em hiểu ạ. Em xin lỗi nếu làm phiền anh/chị.”
- Chốt thời gian cụ thể: Không hỏi “Vậy khi nào em gọi lại được?”. Đưa ra 2 lựa chọn cụ thể: “Vậy em có thể gọi lại cho anh/chị vào lúc [P/A 1] hay [P/A 2] ạ?”
- Xác nhận: “Dạ vâng, vậy em xin phép gọi lại cho anh/chị vào [Thời gian đã chốt]. Cảm ơn anh/chị nhiều ạ!”

CÂU NÓI THỰC CHIẾN

“Vâng, em hiểu ạ. Để không mất thời gian của anh/chị, em gọi lại vào 4 giờ chiều nay hay 10 giờ sáng mai sẽ tiện hơn ạ? Vâng, 10 giờ sáng mai. Em cảm ơn anh/chị!”

BÀI TẬP RÈN LUYỆN

1. Hãy dùng đồng hồ đếm ngược 10 giây và luyện nói thật nhanh, rõ ràng và dứt khoát câu nói thực chiến (phiên bản của riêng bạn).
2. Thực hành liên tiếp nhiều lần. Mục tiêu là nói ra câu chốt lịch hẹn một cách bình tĩnh và tự nhiên nhất trong khoảng khắc quyết định đó.



Kịch bản 30 giây tập trung vào “vấn đề bạn giải quyết”



“Mọi người không mua sản phẩm và dịch vụ. Họ mua các mối quan hệ, những câu chuyện và sự màu nhiệm.” - *Seth Godin*

BỐI CẢNH

Bạn đang ở trong thang máy hoặc một sự kiện networking, ai đó hỏi: “Bên bạn làm về gì?”. Bạn có 30 giây để trả lời sao cho hấp dẫn và gợi mở.

TƯ DUY CỐT LÕI

Mọi người không quan tâm **BẠN LÀM GÌ**. Họ chỉ quan tâm **BẠN LÀM ĐƯỢC GÌ CHO HỌ**.

CHIẾN LƯỢC PHẢN HỒI

Công thức:

Nỗi đau => Giải pháp => Kết quả.

- Bắt đầu bằng câu hỏi về một “nỗi đau” mà khách hàng của bạn thường gặp.
- Nêu ngắn gọn cách công ty bạn giải quyết vấn đề.
- Mô tả lợi ích mà khách hàng nhận được.

CÂU NÓI THỰC CHIẾN

Không nói: “Bên em làm phần mềm quản lý nhân sự.”

=> Hãy nói: “Các CEO thường rất đau đầu vì không nắm được hiệu suất thực của nhân viên và tốn nhiều thời gian cho giấy tờ. Bên em cung cấp nền tảng giúp tự động hóa toàn bộ việc đó để họ có thể tập trung vào chiến lược và tăng trưởng.”

BÀI TẬP RÈN LUYỆN

1. Viết và luyện nói trước gương kịch bản giới thiệu 30 giây theo công thức trên.
2. Ghi chép cảm xúc và kết quả của mỗi lần thực hành để rút kinh nghiệm và tối ưu kịch bản.



Bắt đầu trò chuyện từ tương tác trên mạng của khách



“Đừng dùng mạng xã hội để gây ấn tượng với mọi người; hãy dùng nó để kết nối với họ.” - *Khuyết danh*

BỐI CẢNH

Một khách hàng tiềm năng vừa thích (like) hoặc bình luận (comment) vào một bài đăng của công ty bạn trên LinkedIn/Facebook. Đây là một tín hiệu “ấm”, làm thế nào để biến nó thành một cuộc hội thoại?

TƯ DUY CỐT LÕI

Bối cảnh là tất cả. Cuộc gọi hâm nóng (warm call) dựa trên một tương tác sẵn có luôn có tỷ lệ thành công cao hơn hẳn.

CHIẾN LƯỢC PHẢN HỒI

- Kết nối & cảm ơn qua tin nhắn: “Chào anh/chị [Tên], cảm ơn anh/chị đã quan tâm đến bài viết về [Chủ đề bài viết] của bên em.”
- Đặt câu hỏi mở liên quan đến nội dung bài viết để bắt đầu cuộc trò chuyện. Lắng nghe & tìm kiếm “nỗi đau”: Dựa trên câu trả lời của đối phương, tiếp tục đặt câu hỏi để tìm hiểu thách thức họ đang gặp phải.
- Khi đã xác định được vấn đề, hãy đề nghị một cuộc gọi ngắn để chia sẻ thêm.

CÂU NÓI THỰC CHIẾN

“Chào anh Long, em là Nam từ công ty ABC. Cảm ơn anh đã quan tâm đến bài viết về Tối ưu hóa Quảng cáo của bên em. Em rất muốn biết hiện tại đâu là ưu tiên của anh trong việc này ạ?”

BÀI TẬP RÈN LUYỆN

Tuần này, hãy theo dõi và chọn 3 người tương tác với các bài đăng của công ty bạn rồi gửi tin nhắn bắt đầu cuộc trò chuyện theo kịch bản.



Khách hỏi: “Sao bạn có thông tin của tôi?”



“Sự trung thực là chương đầu tiên trong cuốn sách về sự khôn ngoan.” - *Thomas Jefferson*

BỐI CẢNH

Bạn vừa bắt đầu cuộc gọi lạnh và khách hàng hỏi với giọng đầy nghi ngờ: “Khoan đã, sao bên em có số điện thoại của anh?”

TƯ DUY CỐT LÕI

Sự thẳng thắn và chuyên nghiệp sẽ giải tỏa mọi nghi ngờ. Đừng bao giờ nói dối hoặc lảng tránh.

CHIẾN LƯỢC PHẢN HỒI

- Trả lời trực tiếp & trung thực: Nêu rõ nguồn thông tin, ví dụ: “Dạ, em thấy thông tin của anh/chị trên website công ty/trên LinkedIn/qua một sự kiện.”
- Ngay lập tức chuyển hướng sang lý do VÌ SAO bạn gọi cho họ và nêu rõ giá trị bạn có thể mang lại. Kết nối lý do với vai trò của họ, thể hiện rằng bạn đã tìm hiểu.

CÂU NÓI THỰC CHIẾN

“Dạ, em thấy thông tin anh đang là Trưởng phòng Marketing tại [Tên công ty] trên LinkedIn. Em liên hệ là vì bên em có một giải pháp giúp các doanh nghiệp trong ngành của mình [Giải quyết vấn đề cụ thể] và em tin rằng nó có thể hữu ích với anh.”

BÀI TẬP RÈN LUYỆN

1. Viết sẵn câu trả lời cho 3 nguồn thông tin khách hàng bạn thường dùng.
2. Luyện tập trả lời câu hỏi này với đồng nghiệp.



Tạo ấn tượng mạnh khi gặp mặt trực tiếp



“Ngôn ngữ cơ thể là một loại ngôn ngữ rất mạnh mẽ. Chúng ta đã sử dụng nó từ rất lâu trước khi chúng ta có thể nói.” - *Amy Cuddy*

BỐI CẢNH

Bạn đến gặp khách hàng tại văn phòng của họ theo hẹn trước. Khoảnh khắc bạn bước vào phòng và gặp họ lần đầu tiên sẽ định hình toàn bộ cuộc trò chuyện sau đó.

TƯ DUY CỐT LÕI

Trước khi bạn nói bất cứ điều gì, ngôn ngữ cơ thể đã bắt đầu “trò chuyện”. Hãy đảm bảo nó nói lên sự tự tin và đáng tin cậy.

CHIẾN LƯỢC PHẢN HỒI

- Dáng người: Đứng thẳng, vai mở rộng. Tránh khoanh tay hoặc cho tay vào túi quần.
- Giao tiếp bằng mắt: Nhìn thẳng khi chào hỏi, thể hiện sự chân thành.
- Cái bắt tay: Chắc chắn, không lỏng không chặt.
- Câu mở đầu: Mỉm cười và cảm ơn họ đã dành thời gian. Có thể bắt đầu bằng một lời khen chân thành về văn phòng hoặc công ty của họ.

CÂU NÓI THỰC CHIẾN

(Sau khi bắt tay) “Cảm ơn anh/chị đã dành thời gian cho em hôm nay. Văn phòng của mình trông chuyên nghiệp thật đấy ạ!”

BÀI TẬP RÈN LUYỆN

Nhờ ai đó ghi lại cảnh bạn bước vào phòng và chào hỏi. Xem lại video và tự đánh giá ngôn ngữ cơ thể của mình.



Phản hồi lời từ chối: “Cứ gửi email cho tôi xem đã.”



“Sự kiên trì không phải là một cuộc đua dài; nó là nhiều cuộc đua ngắn nối tiếp nhau.” - *Walter Elliot*

BỐI CẢNH

Trong cuộc gọi đầu tiên, khi bạn vừa bắt đầu trình bày, khách hàng đã ngắt lời: “Ok hiểu rồi, em cứ gửi thông tin qua email cho anh xem đã nhé.” Đây là một cách lịch sự để kết thúc cuộc gọi.

TƯ DUY CỐT LỖI

Một email thiếu bối cảnh thường bị bỏ qua. Mục tiêu là gắn email đó với một cuộc hẹn cụ thể.

CHIẾN LƯỢC PHẢN HỒI

- Đồng ý & đặt câu hỏi để xác định nhu cầu.
- Đề xuất một cuộc trao đổi ngắn nhằm gửi đúng thông tin.
- Chốt thời gian gọi lại.

CÂU NÓI THỰC CHIẾN

“Dạ vâng, em sẽ gửi email ngay. Tuy nhiên, để có thể chất lọc thông tin phù hợp nhất với nhu cầu của mình, anh có thể cho em hỏi nhanh vài câu được không ạ? Vậy em xin phép gọi lại vào [thời gian cụ thể].”

BÀI TẬP RÈN LUYỆN

1. Chuẩn bị sẵn 3 câu hỏi khai thác thông tin ngắn gọn, tập trung vào việc xác định nhanh nhu cầu ưu tiên của khách hàng để có thể hỏi ngay khi gặp tình huống này.
2. Thực hành với đồng nghiệp theo phương pháp nhập vai để cùng nhau rút kinh nghiệm.
3. Theo dõi kết quả thực tế của việc áp dụng chiến lược này để tối ưu kịch bản.



Kích hoạt lại khách hàng tiềm năng



“Nỗ lực của chúng ta chỉ được đền đáp sau khi một người nói ‘đồng ý’.” - Napoleon Hill

BỐI CẢNH

Bạn từng trao đổi với một khách hàng tiềm năng 2-3 tháng trước. Mọi thứ có vẻ rất hứa hẹn, nhưng rồi họ bỗng dưng im lặng. Giờ bạn muốn kết nối lại.

TƯ DUY CỐT LÕI

Đừng hỏi “Anh/chị đã quyết định chưa?”. Hãy mang lại giá trị mới để có lý do kết nối lại.

CHIẾN LƯỢC PHẢN HỒI

- Nhắc lại cuộc trò chuyện cũ.
- Chia sẻ thông tin, cung cấp giá trị mới.
- Kêu gọi hành động nhẹ nhàng bằng một câu hỏi mở.
- Gửi email “chia tay” (nếu khách vẫn im lặng): “Có lẽ chưa phải là thời điểm phù hợp. Em xin phép đóng hồ sơ này. Nếu sắp tới có nhu cầu, anh/chị cứ liên hệ lại nhé.”

CÂU NÓI THỰC CHIẾN

“Chào anh Minh, em là Nam đây ạ. 2 tháng trước mình có trao đổi về [vấn đề]. Nay em tình cờ đọc được một bài báo rất hay về xu hướng này, em gửi anh đọc tham khảo nhé. Không biết kế hoạch của bên anh dạo này có gì mới không ạ?”

BÀI TẬP RÈN LUYỆN

1. Chọn ra 3 khách hàng tiềm năng đã im lặng và tìm một “giá trị mới” (một bài báo, case study, thông tin thị trường) để làm lý do kết nối lại với họ.
2. Soạn sẵn một mẫu email “chia tay” chuyên nghiệp.