

NGUYỄN BẢO QUỐC

# GỖ CỬA NGHỀ SALES



---

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**

# Mục lục

Khi sales được làm đúng, đó là một nghề đẹp: Nghề của kết nối, thấu hiểu, phụng sự và kiến tạo niềm tin.....	7	
Lời bình dành cho cuốn sách .....	9	
Bản đồ BQ9S Framework – hành trình nghề sales từ gốc rễ đến di sản.....	13	
Bảng thuật ngữ trong bán hàng & marketing được sử dụng trong sách.....	24	
Chương 1	Khi bán hàng không còn là... bán hàng .....27	
Chương 2	Năng lượng – nhiên liệu của người bán hàng vĩ đại ....39	
Chương 3	Luật chơi mới – từ bán hàng đến kiến tạo niềm tin.....53	
Chương 4	Bữa trưa 60 triệu và cái giá của sự trưởng thành..... 69	
Chương 5	KASH.P: Đam mê bán hàng – công thức biến mỗi deal thành di sản cuộc đời .....	77
Chương 6	Ai hiểu khách hàng – người đó bán được hàng .....	95
Chương 7	Thay đổi luật chơi – quy trình bán hàng khiến khách hàng “say yes” .....	115
Chương 8	Hiểu mình – chuẩn bị trước khi ra trận.....	143
Chương 9	Chốt để bắt đầu – nghệ thuật mở rộng giá trị .....	153
Chương 10	Biết người – biết ta, trăm trận trăm thắng.....	167
Chương 11	Sức mạnh của câu hỏi đúng .....	177
Chương 12	Nghệ thuật trình bày – bán thứ khách cần, không chỉ thứ mình có.....	189

Chương 13	Bản lĩnh đối mặt từ chối – nghệ thuật xoay chuyển tình thế.....	207
Chương 14	Chốt sale – khi mọi thủ tục trở thành nghệ thuật.....	221
Chương 15	Từ “săn mồi” đến “gieo niềm tin” – nghệ thuật gõ cửa kỹ nguyên số.....	229
Chương 16	Khi AI trở thành đồng nghiệp giỏi nhất của bạn.....	237
Chương 17	Từ trái tim đến giỏ hàng.....	261
Chương 18	Từ triết lý tử tế đến cỗ máy doanh thu dự báo được .....	279
Phụ lục.....		292
Lời kết: BQ9S Framework 9 chặng – 18 chương và một trục tư duy .....		294
Về tác giả Nguyễn Bảo Quốc.....		300
Tài liệu tham khảo.....		303

# **Khi sales được làm đúng, đó là một nghề đẹp: Nghề của kết nối, thấu hiểu, phụng sự và kiến tạo niềm tin**

**NGUYỄN CẢNH BÌNH**

*Chủ tịch Alpha Books*

*Viện trưởng Viện Đào tạo Lãnh đạo ABG*

Tôi gặp Nguyễn Bảo Quốc lần đầu cách đây vài năm, trong một chuyến đi Tam Kỳ (Quảng Nam), khi tôi vào giảng dạy và đồng hành cùng các hoạt động đổi mới sáng tạo – khởi nghiệp. Giữa một không khí đầy nhiệt huyết của những con người đang nỗ lực tạo ra điều mới mẻ, điều khiến tôi nhớ nhất không chỉ là câu chuyện về dự án hay mô hình kinh doanh, mà là cách Quốc nói về một nghề tưởng như quen thuộc: nghề sales. Với nhiều người, sales chỉ là “bán hàng”. Nhưng càng làm việc với doanh nghiệp, với các nhóm khởi nghiệp, tôi càng thấy rõ: sales là chiếc cầu nối giữa giá trị thật và người cần nó. Một sản phẩm có thể tốt, một đội ngũ có thể giỏi, nhưng nếu thiếu năng lực đưa giá trị ấy đến đúng người, đúng lúc, đúng cách, thì doanh nghiệp vẫn có thể chững lại. Không ít dự án thất bại không phải vì ý tưởng kém, mà vì không xây được hệ thống bán hàng đủ chắc, đủ tử tế và đủ hiệu quả. Và đó là lý do tôi trân trọng cuốn sách này. Điều đáng quý ở Nguyễn Bảo Quốc không chỉ là trải nghiệm thực chiến, mà còn là tâm thế của một người dạy học và tư vấn. Quốc không nhìn sales như một chuỗi

“mẹo chót đơn”, càng không coi sales là cuộc chơi hơn thua. Trong cách Quốc làm nghề và chia sẻ, tôi thấy rõ một thái độ rất nghiêm túc: sales là một kỹ luật, là một hệ thống và cũng là một hành trình rèn luyện nhân cách nghề nghiệp từ sự chuẩn bị, khả năng lắng nghe, đến việc xây niềm tin, giữ chữ tín và tạo ra giá trị bền vững. Những ai từng học, từng làm việc hoặc từng được Quốc tư vấn sẽ dễ nhận ra một điểm chung: Quốc luôn muốn người đối diện tiến bộ thật. Tư vấn của Quốc không chỉ dừng ở “làm thế nào để bán được”, mà sâu hơn là “làm thế nào để trưởng thành trong nghề”: vững tâm hơn khi bị từ chối, rõ ràng hơn về mục tiêu và nhất là bản lĩnh hơn để đi đường dài. Tôi tin, chính tinh thần dạy và tư vấn ấy đã khiến cuốn sách này có một giọng điệu rất riêng: thực tế nhưng không khô khan, quyết liệt nhưng không cực đoan và luôn đặt con người ở trung tâm của câu chuyện bán hàng.

Tôi hy vọng người đọc sẽ tìm thấy trong cuốn sách này không chỉ kỹ năng, mà cả một lời nhắc quan trọng: nghề sales rất quan trọng, không chỉ với doanh số, mà với sự sống còn của doanh nghiệp; không chỉ với tăng trưởng, mà với cách một tổ chức lan tỏa giá trị ra thị trường. Khi sales được làm đúng, đó là một nghề đẹp: nghề của kết nối, thấu hiểu, phụng sự và kiến tạo niềm tin. Với tư cách người viết lời giới thiệu, tôi xin chúc Nguyễn Bảo Quốc tiếp tục giữ vững ngọn lửa tâm huyết với nghề dạy và nghề tư vấn, tiếp tục đồng hành với cộng đồng doanh nghiệp và các bạn trẻ khởi nghiệp bằng sự tử tế và năng lực chuyên môn vững vàng. Chúc anh một tương lai mạnh mẽ hơn, sâu sắc hơn và lớn lao hơn – để mỗi lần “gõ cửa”, không chỉ mở ra cơ hội cho riêng mình, mà còn mở ra cánh cửa trưởng thành cho rất nhiều người khác.

# Lời bình dành cho cuốn sách

## **TS. ĐÀM QUANG THẮNG**

*Chủ tịch Hội đồng Cố vấn Khởi nghiệp ĐMST Quốc gia*

*CEO Agricare Việt Nam*

*CEO of BizCare*

Trong bối cảnh kinh tế và thị trường đang thay đổi nhanh chóng dưới tác động của chuyển đổi số và trí tuệ nhân tạo, bán hàng không còn là một kỹ năng tác nghiệp đơn thuần, mà đã trở thành năng lực chiến lược quyết định tăng trưởng bền vững của doanh nghiệp. Tuy nhiên, đây cũng là lĩnh vực dễ bị hiểu sai và thiếu một nền tảng tư duy mang tính hệ thống.

Cuốn sách *Gỡ cửa nghề sales – Cú gõ cửa sẽ mở* của tác giả Nguyễn Bảo Quốc mang đến một cách tiếp cận chín chắn và đáng trân trọng, khi tái định vị nghề sales như một hành trình kiến tạo niềm tin, năng lượng và giá trị dài hạn, thay vì chỉ tập trung vào các kỹ thuật chốt đơn ngắn hạn.

Với cấu trúc dựa trên ba nền tảng tư duy – kỹ năng – công cụ, cùng những trải nghiệm thực tiễn sâu sắc trong huấn luyện và cố vấn doanh nghiệp Việt Nam, cuốn sách giúp người đọc hiểu đúng bản chất của bán hàng trong kỷ nguyên mới – nơi con người, sự chính trực và giá trị thật giữ vai trò trung tâm.

*Gõ cửa nghề sales* không chỉ dành cho đội ngũ kinh doanh, mà còn hữu ích cho nhà khởi nghiệp, nhà quản lý và những ai mong muốn xây dựng năng lực bán hàng gắn với chiến lược và văn hóa doanh nghiệp. Tôi tin rằng cuốn sách sẽ góp phần nâng tầm tư duy bán hàng và thúc đẩy năng lực cạnh tranh bền vững của doanh nghiệp Việt Nam.

Cứ gõ cửa – nhưng hãy gõ bằng sự thấu hiểu và chính trực. Khi đó, cánh cửa mở ra không chỉ là một thương vụ, mà là một hành trình sự nghiệp có giá trị lâu dài.

### **THS. NGUYỄN TIẾN TRUNG**

*Phó Chủ tịch Hội đồng Cố vấn Khởi nghiệp ĐMST Quốc gia  
Founder Công ty Cổ Phần Đầu tư Khởi nghiệp Quốc gia  
Sáng lập & Chủ tịch Kanyo Vietnam SJC*

Bán hàng giờ đâu chỉ là bán hàng. Giờ đó là hành trình gõ cửa niềm tin, cảm xúc và giá trị mà khách hàng thực sự cần. Khi niềm tin của khách hàng đang trở thành thứ xa xỉ, khi những mảnh khóe chốt đơn đang dần mất tác dụng, nghề sales sẽ sớm trở về với bản chất cao đẹp nhất của mình: phục vụ bằng trí tuệ và trái tim. *Gõ cửa nghề sales* của Nguyễn Bảo Quốc không ra đời để dạy bạn bán hàng nhiều hơn bằng áp lực, mà giúp bạn bán đúng bằng giá trị thật. Với hơn 15 năm kinh nghiệm thực chiến và cố vấn cho hàng trăm doanh nghiệp của tác giả để xây dựng nên một hệ thống bán hàng mang tính chuyển hóa, trong đó mô hình KASH.P được sử dụng như một chiếc la bàn phát triển toàn diện cho người làm sales. Cuốn sách dẫn

dắt người đọc đi từ kẻ sẵn mỗi thành người gieo niềm tin, từ người chốt đơn sang người kiến tạo mối quan hệ dài lâu. Từ đó, người bán hàng không chỉ đơn thuần là người thuyết phục, mà trở thành người đồng hành, kiến tạo giá trị và truyền cảm hứng. Trong kỷ nguyên AI, khi mà các công cụ có thể bị sao chép, *Gỗ cửa nghề sales* khẳng định một sự thật giản dị nhưng đầy sức thuyết phục: chỉ có sự chân thành, hiểu biết và trái tim biết đặt mình vào vị trí của người khác mới tạo ra những hợp đồng không thể thay thế. “*Gỗ cửa nghề sales* không giúp bạn bán nhiều hơn bằng mách khéo, mà giúp bạn bán tốt hơn bằng niềm tin, tư duy hệ thống và trái tim con người.” Tôi tin rằng cuốn sách này sẽ tiếp thêm bản lĩnh, niềm tin và định hướng đúng đắn cho những ai lựa chọn sales như một con đường sự nghiệp nghiêm túc và đáng tự hào.

## **MS. NGUYỄN HƯƠNG QUỲNH**

*CEO BambuUP*

*Nguyên Tổng Giám đốc Nielsen Việt Nam & Campuchia*

Hiếm có cuốn sách bán hàng nào dám đi thẳng vào nỗi đau thật của doanh nghiệp nhỏ và vừa (SMEs).

Tôi đã đọc rất nhiều sách về sales, nhưng phần lớn hoặc nói quá chung, hoặc nặng lý thuyết trong khi SMEs cần thứ khác: thực chiến, rõ ràng và làm được ngay.

*Gỗ cửa nghề sales* chọn một lối viết rất khác: bình dị, dễ hiểu, đầy ví dụ đời thật và những đúc kết từ hiện trường. Đặc biệt, các checklist hành động trong sách khiến người đọc không chỉ “hiểu” mà bắt tay làm ngay.

Với tôi, đây không đơn thuần là một cuốn sách, mà là một khóa học sales thực chiến từ A đến Z, được viết riêng cho doanh nghiệp nhỏ và vừa – những người đang bán hàng để tồn tại, để lớn lên và để đi đường dài.

## **MS. VŨ THỊ LIỄU**

*Founder & CEO Ecosoi*

*Gõ cửa nghề sales* không phải là một cuốn sách dạy mẹo bán hàng, mà là một bản đồ kỹ thuật giúp người làm sales và cả lãnh đạo sales hiểu đúng bản chất của việc bán.

Điểm nổi bật của cuốn sách nằm ở cách tác giả hệ thống hóa sales thành một chuỗi năng lực có thể học, đo lường và nhân bản, thay vì phụ thuộc vào cảm xúc hay năng khiếu cá nhân. Người đọc sẽ tìm thấy những khung tư duy rõ ràng về cách đặt câu hỏi đúng, lắng nghe nhu cầu thật, quản trị xác suất bán hàng, xây dựng cơ hội chất lượng và chuyển dịch từ “bán sản phẩm” sang “bán giải pháp”.

Cuốn sách đặc biệt giá trị về mặt kỹ thuật đối với những ai đã từng làm sales hoặc đang ở vai trò quản lý và cần xây dựng đội ngũ. Các phương pháp được trình bày không hàn lâm, không giáo điều, mà xuất phát từ thực tiễn đủ sâu để áp dụng ngay và đủ mở để phát triển thành hệ thống riêng.

*Gõ cửa nghề sales* không chỉ giúp bạn bán tốt hơn, mà quan trọng hơn, giúp bạn hiểu vì sao mình bán được và làm thế nào để bán một cách bền vững.

# **Bản đồ BQ9S Framework – hành trình nghề sales từ gốc rễ đến di sản**

**N**ếu bạn đã cầm cuốn sách này trên tay, rất có thể bạn đang “gõ cửa” nghề sales ở một thời điểm nào đó trong đời. Có thể bạn mới vào nghề và cũng có thể bạn đã bán hàng nhiều năm, đạt được nhiều thành công nhưng bắt đầu hoài nghi về một tương lai bất định. Cũng có thể bạn là chủ doanh nghiệp, đang tìm cách xây dựng một đội ngũ bán hàng tử tế, hiệu quả (về doanh số, tăng trưởng) và bền vững.

Dù bạn đang ở đâu, có một sự thật mà tôi tin là đúng với tất cả chúng ta:

*Sales không phải là một chuỗi kỹ thuật rời rạc.  
Sales là một hành trình phát triển con người.*

Đó là lý do cuốn sách này không được viết như một “sổ tay mẹo chốt đơn”. Đây có thể là một công trình được nghiên cứu, thực nghiệm và được xây dựng xoay quanh một hệ trục duy nhất mà tôi gọi là BQ9S Framework.

## **BQ9S FRAMEWORK LÀ GÌ?**

BQ9S Framework là hệ thống 9 chặng phát triển năng lực bán hàng, được đúc kết từ nhiều năm trải nghiệm thực tế: bán

hàng, dẫn dắt đội ngũ, tư vấn cho doanh nghiệp SMEs và cố vấn cho những người bán hàng ở nhiều giai đoạn khác nhau. Khung này không trả lời câu hỏi: “Làm sao chốt được một deal?” Mà trả lời câu hỏi lớn hơn: *“Làm sao để đi đường dài với nghề sales và để lại giá trị?”*

BQ9S không vận hành như một checklist tuyến tính. Nó vận hành giống như cách con người trưởng thành: có năng lực được gieo mầm sớm, được thử thách ở giữa và chỉ thật sự hoàn thiện khi đủ trải nghiệm. Vì vậy, trong cuốn sách này: Một chặng có thể xuất hiện ở nhiều chương nhưng mỗi lần xuất hiện là một tầng sâu hơn.

## **4 TẦNG NĂNG LỰC TRONG HÀNH TRÌNH BQ9S**

### **Tầng 1 – Nền tảng nội tâm (Chương 1-4)**

Đây là nơi cuốn sách bắt đầu, không phải bằng cách bán, mà bằng cách làm người bán.

Các chương đầu tiên giúp bạn:

- Định nghĩa lại nghề sales
- Hiểu vai trò của năng lượng, giá trị cá nhân
- Đối diện với cái giá của sự trưởng thành

Ở tầng này, các chặng như Hiểu mình, Niềm tin, Giá trị được gieo mầm ở cấp độ nhận thức, chưa phải kỹ thuật.

*Không hiểu mình, mọi kỹ năng đều chỉ là diễn.*

### **Tầng 2 – Hiểu khách hàng & giá trị (Chương 5-7)**

Khi nền nội tâm đã vững, người bán bắt đầu học cách hiểu người khác.

Ở tầng này, bạn:

- Xây dựng cơ nghề nghiệp với KASH.P
- Học cách nhìn khách hàng sâu hơn dữ liệu
- Hiểu vì sao quy trình bán hàng phải phục vụ hành trình ra quyết định của khách

Các chặng như Hiểu người, Phôi hợp, Tái khung giá trị bắt đầu hình thành rõ nét, nhưng vẫn chưa phải lúc cao trào.

### **Tầng 3 – Làm chủ cuộc trò chuyện (Chương 8-14)**

Đây là giai đoạn người bán thực sự bước vào “trận”. Các năng lực được đào sâu và thử lửa:

- Hiểu mình trong áp lực
- Hỏi – lắng nghe – trình bày
- Xử lý từ chối
- Chốt và mở rộng mối quan hệ

Đây là nơi các chặng của BQ9S: Giá trị – Niềm tin – Chốt – Mở rộng, được triển khai đầy đủ ở cấp độ kỹ năng.

*Bán hàng không còn là nói cho hay, mà là dẫn dắt cho đúng.*

### **Tầng 4 – Hệ thống & di sản (Chương 15-18)**

Tầng cuối không dành cho người muốn “bán giỏi hơn”, mà dành cho người muốn xây sự nghiệp bền vững. Ở đây, sales không còn phụ thuộc cá nhân:

- Niềm tin được gieo trong kỷ nguyên số
- AI trở thành đồng đội
- Triết lý tử tế được vận hành bằng hệ thống

Đây là nơi BQ9S được hoàn thiện không chỉ để bán, mà để lại di sản.

*Đỉnh cao của sales là khi doanh thu vẫn đến, ngay cả khi bạn không còn đứng ở tuyến đầu.*

**18 chương sách = 9 chặng = 1 hành trình trọn vẹn BQ9S  
= bản đồ nghề sales của bạn**

# Tuyên ngôn bán hàng

*Đây là lời tuyên bố về một kỷ nguyên mới của nghề sales, kỷ nguyên của “chốt đơn bằng mánh” đã kết thúc. Kỷ nguyên của bán hàng bằng trái tim và tư duy hệ thống bắt đầu. Nếu bạn đang tìm kiếm một công thức đột phá, hãy đọc và sẵn sàng thay đổi.*

Hơn 10 năm trong vai trò nhà đào tạo và cố vấn cho nhiều doanh nghiệp SMEs/startup tôi vẫn phải nghe những câu hỏi lặp đi lặp lại, kiểu như:

- Làm cách nào để bán được hàng?
- Có cách nào khác để tiếp cận được nhiều khách hàng tiềm năng không?
- Có những doanh nghiệp làm marketing cực tốt, hàng trăm dữ liệu khách hàng tiềm năng đổ về qua các kênh nhưng tỷ lệ chốt sale vô cùng thấp chưa đến 1%.
- Nhiều doanh nghiệp cho biết hôm nào livestream thì có đơn, còn ngừng livestream thì mọi việc lại rơi vào bế tắc, họ không thể ngày nào cũng livestream như vậy.
- Có doanh nhân chia sẻ: Tuần trước có được 300 khách hàng tiềm năng “cực kỳ” chất lượng, nhưng team kinh doanh báo chỉ chốt được 3 khách.

- Phần lớn các doanh nghiệp chọn cách giảm giá để thúc đẩy hoạt động bán hàng.
- Khi thất bại một hợp đồng B2B, họ còn không biết mình làm sai ở điểm nào và họ nghĩ là cả quá trình.
- Nhiều người còn hỏi tôi là USP là gì?
- Làm gì để mình trở nên khác biệt hơn so với đối thủ?
- Làm sao để vượt qua rào cản hoặc xử lý lời từ chối?
- Em làm marketing rất tốt nhưng cứ chốt sale lại rớt.
- Làm sao để tăng doanh thu bán hàng?

Và hàng loạt các câu hỏi liên quan đến “bán hàng hiệu quả”.

Dù có rất nhiều sách, ebook, video, podcast, sự kiện... rất hay nói về đề tài “bán hàng”, nghệ thuật đàm phán, chốt sale, nghệ thuật kinh doanh... nhưng tôi vẫn cảm thấy còn thiếu điều gì đó.

### **BÁN HÀNG CÓ THỰC SỰ RẤT KHÓ?**

Sản xuất không còn khó. Bán hàng mới là chiến trường. Và trên chiến trường ấy, kẻ thắng không phải người có công nghệ, mà là người có trái tim tử tế.

Tôi đã chứng kiến nhiều sự thay đổi của lĩnh vực bán hàng qua từng giai đoạn phát triển của nền kinh tế thị trường Việt Nam. Từ cuốn sổ danh bạ điện thoại doanh nghiệp đến sự phát triển của website, công cụ tìm kiếm và tìm kiếm thông tin qua trang Yellowpages.vn, đến khi có mạng xã hội như Facebook, Zalo, TikTok, LinkedIn... và bây giờ là sự bùng nổ của AI, chuyển đổi số và hàng loạt các phần mềm tân tiến như: CRM, ERP, các ứng dụng SaaS... Thêm các phương pháp bán hàng kiểu mới

như: livestream... Nhưng dường như bán hàng vẫn là một nút thắt lớn đối với nhiều doanh nghiệp từ lớn đến nhỏ.

- Làm gì để thu hút khách hàng tiềm năng sử dụng sản phẩm, dịch vụ của doanh nghiệp?
- Làm thế nào để gia tăng tỷ lệ chốt sale, gia tăng doanh số bán hàng?
- Làm gì để giữ chân khách hàng trung thành?
- Làm gì để việc bán hàng không còn là các “cuộc gọi lạnh”?

Hàng loạt các câu hỏi như vậy, cũng là bài toán đau đầu mà các chủ doanh nghiệp cần lời giải đáp.

Thế giới đang thay đổi, hành vi của người tiêu dùng đang thay đổi, nhiều người bảo rằng ngày nay không cần phải học hay dùng đến các kỹ thuật bán hàng quá nhiều, chỉ cần sử dụng công nghệ hoặc bắt trend (xu hướng) tốt... Nếu vậy thì các công ty, tập đoàn mạnh cũng đâu cần phải quá đau đầu về bài toán bán hàng như vậy. Phải chăng chúng ta cần xem xét lại ở nhiều góc nhìn hơn, đánh giá lại một cách khách quan hơn và cũng có thể mạnh dạn hơn trong việc loại bỏ những cái cũ, không hiệu quả, mở ra tầng tư duy mới hoặc tái định nghĩa hoạt động bán hàng trong giai đoạn hiện nay cho phù hợp với sự thay đổi của thế giới, sự phát triển của khoa học - công nghệ. Nhờ các tiến bộ khoa học mà khách hàng ngày càng có quyền năng hơn trong hoạt động mua bán, họ được can thiệp sâu hơn vào quá trình bán hàng của một doanh nghiệp. Một sự can thiệp nhỏ (bình luận, đánh giá sao, phản hồi...) của họ cũng có thể khiến cho một thương hiệu thành hay bại.

Đổi mới sáng tạo thách thức những phương pháp truyền thống, có lẽ do cơ chế vận hành của thị trường, đã đến lúc

chúng ta cũng nên thách thức chính mình, thách thức cách bán hàng truyền thống của mình để đổi sang một hướng tiếp cận mới hiệu quả hơn.

8 năm qua, trong vai trò cố vấn chiến lược, tôi may mắn đã đồng hành cùng hàng trăm doanh nghiệp (từ nhân viên đến cấp lãnh đạo cấp cao) trong việc thay đổi phương thức bán hàng. Chúng tôi đang thách thức cách làm truyền thống không còn hiệu quả sang cách mới, có những doanh nghiệp thay đổi phương thức bán hàng từ B2C sang B2B và tăng trưởng doanh số hơn 50% mỗi năm (có năm còn đạt mốc tăng trưởng 150%).

*Đây có lẽ là thời điểm tái tư duy hoạt động bán hàng.*

Cuốn sách này được tôi ấp ủ hơn 6 năm (từ năm 2019), nhưng phải đến hôm nay mới đủ “duyên” để đưa các phương pháp của mình đến với các bạn: những nhà khởi nghiệp, doanh nhân, những chiến binh bán hàng tuyệt vời. Nếu không có các bạn thì làm sao những điều hay ho của sản phẩm có thể đến được với người cần nó.

“Những chiến binh sales chính là hiện thân, là đại diện cho sản phẩm, thương hiệu nói lên đặc tính, lợi ích tuyệt vời mà chính sản phẩm, thương hiệu ấy mang lại cho khách hàng, cho xã hội.”

*Bán hàng là một nghề cao quý.*

Cuốn sách này không nhằm thay thế những cuốn sách bán hàng tuyệt vời mà bạn đang sở hữu. Bởi toàn bộ những gì tôi chia sẻ ở đây đều được rèn luyện qua 15 năm làm nghề, qua

những lần thành công và thất bại và được bồi đắp từ các tư tưởng, bài học của những chuyên gia, diễn giả, doanh nhân và người bán hàng xuất sắc trên thế giới. Tôi dành trọn tâm huyết của mình chia sẻ trong cuốn sách như một món quà gặp mặt, một luồng gió tươi mới, mát lành, giúp thổi hồn cho phong cách bán hàng của chính bạn và giúp bạn mở ra “*cánh cửa của nghề sales, cánh cửa của sự nghiệp thăng hoa*”.

Những trải nghiệm và bài học trong cuốn sách sẽ trở thành cẩm nang giúp làm phong phú góc nhìn, hoàn thiện phong cách bán hàng và phát triển doanh nghiệp của bạn, từ đó mang đến cho khách hàng thêm nhiều lựa chọn và sự phục vụ chu đáo hơn.

Hãy xem cuốn sách như một người bạn đồng hành trên hành trình đầy “*bụi đường, mồ hôi, nước mắt và vinh quang*” của nghề sales.

Hãy để cuốn sách được lấp đầy khoảng trống bên trong bạn, thắp lên ngọn lửa “chiến binh sales” trong bạn, chinh phục mọi mục tiêu doanh số, thị trường... trở thành người hùng trong lĩnh vực của mình.

“*Hãy âm thầm nỗ lực, hãy tiếp tục nỗ lực và không ngừng nỗ lực.*”

- Kazuo Inamori

Nếu những phương pháp bạn đang áp dụng chưa thực sự đem lại hiệu quả, thì chúng ta nên chậm lại một chút, tư duy ngược một chút để cùng nhau tìm giải pháp cho câu hỏi:

- Tại sao khách hàng không mua hàng của mình?

- Tại sao khách hàng không chấp nhận sản phẩm, dịch vụ của mình?
- Tại sao khách hàng không chấp nhận giá mình bán?
- Tại sao khách hàng không tiếp tục quay lại mua hàng?
- Điều gì sẽ khiến khách hàng lựa chọn sản phẩm của mình thay vì đối thủ?
- Tại sao khách hàng phải chi tiền ngay để sở hữu sản phẩm của doanh nghiệp?
- Lý do gì khách hàng muốn hợp tác với chúng ta?

### **“Mây tầng nào gặp gió tầng đó”**

Khách hàng cũng vậy, cũng có nhiều cấp độ khác nhau từ giới thượng lưu (siêu giàu), nhà giàu, trung lưu và cuối cùng là bình dân.

Một người bán hàng thông minh sẽ biết khi nào, với ai... mình sẽ dùng ngôn ngữ và phong cách gì để phục vụ họ.

### **“Bán hàng là phục vụ”**

Nếu bạn không thể làm cho các “Thượng Đế” hài lòng thì chẳng có cánh cửa nào mở ra trước mắt bạn để vào thế giới của họ đâu.

Nhiều người còn dùng chữ “phụng sự”, tôi cho rằng từ này hơi cường điệu, bởi đó là tinh thần sẵn sàng chia sẻ, sẵn sàng giúp đỡ và sẵn sàng đóng góp một cách tự nguyện cho cộng đồng và xã hội. Nếu làm đúng theo từ “phụng sự” thì bạn khó có thể tồn tại được trong thương trường, còn nếu dùng theo nghĩa “sáo rỗng” nhằm tăng bốc chất lượng, dịch vụ thì nên xem lại, khách hàng đã chán ngấy những kiểu phụng sự như vậy rồi.

Phục vụ hay giúp khách hàng mua thay vì cố bán sẽ gần gũi hơn nhiều. Nhưng như thế nào là “phục vụ”, cũng là một khái niệm mơ hồ với rất nhiều doanh nghiệp. Việc tìm ra phẩm chất “thật tâm phục vụ” sẽ rất khác với có “suy nghĩ phục vụ”. Nếu bạn xuất phát từ sự chân thành, thiện chí và kiên nhẫn bên trong thì chắc chắn bạn sẽ được khách hàng đón nhận.

Tất cả xuất phát từ tầng tư duy, tác giả Samuel Smiles từng chia sẻ:

*“Gieo suy nghĩ, gặt hành động  
Gieo hành động, gặt thói quen  
Gieo thói quen, gặt tính cách  
Gieo tính cách, gặt số phận.”*

Nếu coi nghề bán hàng là sự nghiệp gắn với sự phát triển của bạn thì đã đến lúc chúng ta cùng nhau “gieo những suy nghĩ” để tái thiết hành trình bán hàng của bạn.

Đôi khi những bài học hay cho chúng ta rất nhiều cảm hứng và động lực để hành động, nhưng vì chúng ta thiếu hệ thống kỹ năng cũng như những công cụ cần thiết nên hiệu quả của hoạt động bán hàng vẫn chưa thực sự được phát huy.

Trong cuốn sách này, tôi cũng nỗ lực truyền tải cho bạn cả 3 nền tảng quyền năng này:

1. Hệ thống tư duy
2. Hệ thống kỹ năng
3. Hệ thống công cụ

Đã đến lúc chúng ta cùng nhau TÁI ĐỊNH NGHĨA nghề sales. Hãy bắt đầu hành trình của những Chiến Binh Phục Vụ!