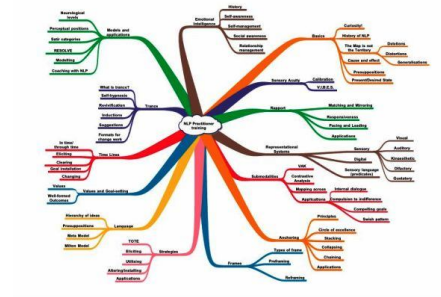


Bán hàng chuyên nghiệp

Saletraining



KỸ NĂNG BÁN HÀNG CHUYÊN NGHIỆP -Đề cương-



Hà Nội 6/2011- Giảng viên: Nguyễn Văn Trung

Lợi thế tới thành công!

Định hướng đào tạo

- Vấn đề thường gặp
- Mục tiêu đào tạo
- Nội dung đào tạo

Vấn đề thường gặp

- Nhân viên bán hàng thường gặp một số vấn đề liên quan tới:
 - Thái độ
 - Kiến thức
 - Kỹ năng



Thái độ

- Coi bán hàng là công việc tạm thời
- Làm việc chưa hết việc và chưa hết giờ
- “Đứng núi này trông núi nọ”
- Coi công ty như là nơi để than lý do
- Chăm sóc khách hàng như là nghĩa vụ
- Làm việc tuy có “tâm” nhưng chưa “huyết”
- Dễ dàng bỏ cuộc với những cơ hội khó
- Coi việc nắm bắt thông tin của đối thủ như đã là của ai đó
-



Kiến thức

- Chưa nắm bắt được thông tin sản phẩm
- Chưa nêu rõ được sự khác biệt của sản phẩm
- Không nắm được thông tin đối thủ
- Kiến thức xã hội hạn chế
- Không thể nói chuyện với khách hàng ngoài chuyện mua bán
- Không mô tả được quy trình bán hàng
- Làm việc theo kiến thức góp nhặt
- Bán hàng theo kiểu “chơi phở”
- Làm việc theo “thói” đã quen



Kỹ năng

- Chuẩn bị hời hợt
- Tiếp cận vụng về
- Kiểm tra tồn kho cho có
- Không quan tâm tới tình hình kinh doanh của khách hàng
- Trưng bày lúc được lúc chẳng
- Xác định cơ hội theo kiểu “vô”
- Đơn giản chỉ cần hỏi “hôm nay có lấy gì không?”
- Trình bày tùy hứng theo kiểu thông báo
- Vượt phản đối theo kiểu chứng minh ngược lại
- Lắng nghe không phải là nghề
- Có thể nhiệt tình “thuyết” nhưng khách hàng thì không “phục”
- Khách hàng tự do quyết định ngay cả việc có mua hay không
- Thực tế nhân viên bán hàng hay nhận đơn hàng?
- Bán hàng theo kiểu “hàng phân phối”
-



Mục tiêu đào tạo

- Sau khóa học học viên có thể:
 - Mô tả được ý nghĩa của nghề bán hàng
 - Thể hiện ý thức, động lực làm việc với nghề và công việc hiện tại
 - Mô tả được kiến thức đặc thù của ngành
 - Mô tả được quy trình bán hàng đặc thù cho sản phẩm
 - Thực hành được các bước theo quy trình bán hàng: tiếp cận, trình bày, thuyết phục...



Nội dung

- Thế nào mới thực sự là NVBH chuyên nghiệp?
- Những yếu tố nào để trở thành NVBH chuyên nghiệp?
- Làm sao để xây dựng và duy trì lòng nhiệt tình?
- Bán hàng cần có những kiến thức nào?
- Quy trình bán hàng thực sự có vai trò gì?
- Bán hàng đi theo các bước nào?

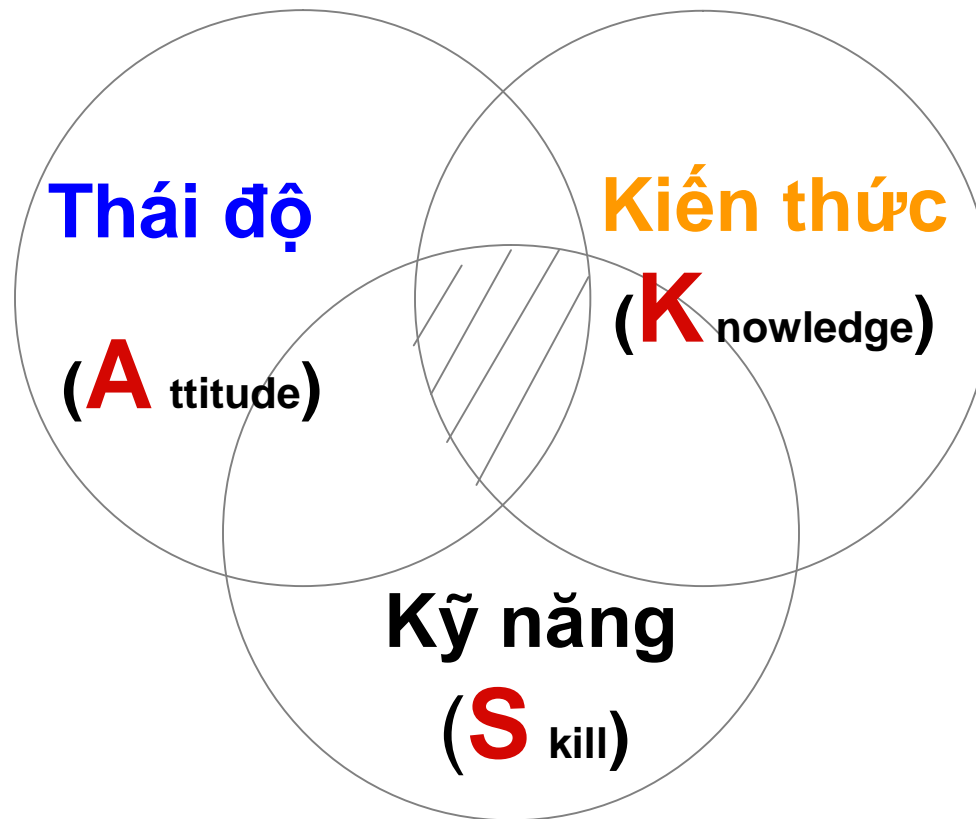


NVBH chuyên nghiệp?

- Quan điểm liệu có dẫn dắt hành vi?
- Mỗi người đã có quan điểm về nghề của mình?
- Một đội ngũ sẽ sao nếu mọi người chưa thực sự thống nhất về quan điểm?
- Bán hàng thực sự là gì?



Yếu tố trở thành NVBH chuyên nghiệp?



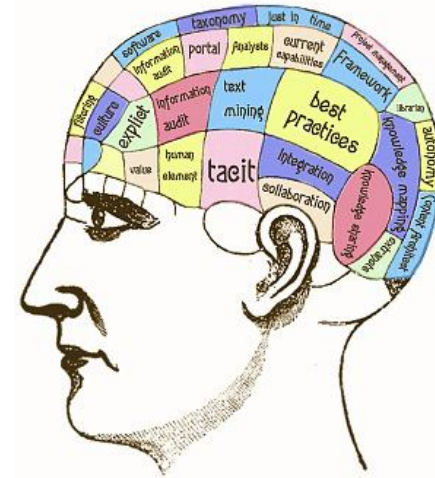
Xây dựng và duy trì lòng nhiệt tình?

- Tại sao lòng nhiệt tình mất đi?
- Giải pháp nào cho lý do khách quan?
- Giải pháp nào là “kháng thể” của mỗi nhân viên?
- Làm sao để xây dựng lòng nhiệt tình?
- Duy trì lòng nhiệt tình theo cách nào?
- Tôi phải bắt đầu từ đâu?



Bán hàng cần có **S**aletraining những kiến thức nào?

- Kiến thức nào là cần thiết?
- Kiến thức sản phẩm cần nắm rõ điều gì?
- Đây là lợi thế cạnh tranh của sản phẩm?
- Cần thông tin gì về đối thủ?
- Tại sao hiểu rõ sản phẩm mà khách hàng vẫn không hiểu cùng?
- Ngoài kiến thức sản phẩm còn cần kiến thức gì?
- Làm sao để bán được hàng?



Bán hàng đi theo các bước nào?

1. Chuẩn bị
2. Tiếp cận khách hàng
3. Kiểm tra điểm bán
4. Trưng bày
5. Xác định cơ hội và đơn hàng
6. Trình bày bán hàng
7. Vượt qua phản đối
8. Kết thúc thương vụ



Chuẩn bị

- Để thất bại đơn giản chỉ cần không chuẩn bị?
- Quá nhiều thứ vậy cần chuẩn bị những gì?
- Bằng cách nào có thể “tính” được số bán hôm nay?
- Lập kế hoạch bán hàng cần phải làm gì?



Tiếp cận khách hàng

- Làm sao để tránh “cận” rồi mà không tiếp?
- Tại sao nhân viên bị “đuối” và “đuối” ngay từ ngoài cửa?
- Làm sao để khách hàng “mắc nợ” khi thấy nhân viên?



Kiểm tra điểm bán

- Kiểm hàng thực sự có cần thiết?
- “Tôi chẳng cần kiểm vẫn bán tốt”?
- Làm thế nào để khách hàng sẵn sàng cho kiểm hàng?
- Làm sao để biến khách hàng thành bạn ngay sau khi tiếp cận?



Trưng bày

- No see- thì khách đi
- No see thì no BUY?
- No buy thì no sell?
- No sell sao phải là sale?
- Gầm tử phải chăng là nơi chiến bại của sản phẩm tốt?
- Làm sao để đi ngoài đường vẫn biết hàng bán được hay không?
- Trưng bày cần theo nguyên tắc nào?



Xác định cơ hội và đơn hàng

- Cơ hội thực sự là gì?
- Sai lầm khi nhân viên xác định cơ hội bằng một cách duy nhất?
- Làm sao để xác định được cơ hội?
- Làm gì khi không thể có cơ hội?
- Đây là cơ hội thực sự?
- Nhân viên thường thích bắt cá nổi hơn là phải “tìm chỗ câu”?



Trình bày bán hàng

- Mục tiêu cần đạt là gì?
- Tại sao nói mãi mà khách hàng không hiểu?
- Tại sao khách hàng không muốn nghe?
- Làm thế nào để “nói ít hiểu nhiều”?
- Trình bày cần những kỹ năng gì?
- Sau trình bày làm gì đây?



Vượt qua phản đối

- Tại sao khách hàng phản đối?
- Tại sao càng giải thích khách hàng càng không nghe?
- Làm thế nào để vượt qua?
- “Thuyết” mãi mà sao khách hàng không “phục”?
- Làm thế nào để khách hàng “không nói vào đâu được”?



Kết thúc thương vụ

- “Người bán không được trả công cho việc nói chuyện với khách hàng tiềm năng, họ chỉ được trả khi bán được hàng”
- Tại sao bóng đá đẹp mà vẫn thua?
- Tỷ lệ “nhận được tiền” của bạn là bao nhiêu %?
- Tại sao khách hàng chưa quyết?
- Làm sao để “ghi bàn”?



Chúc thành công!