

Bạn đang tìm công thức bán hàng



Nhiều nhân viên bán hàng cảm thấy việc bán hàng hết sức khó khăn, họ không ngừng tìm kiếm bí quyết, cũng những kinh nghiệm để có thể bán hàng một cách nhanh chóng. Điều này sẽ không khó nếu họ biết được quy trình bán hàng có thể được rút ngắn thành một công thức cơ bản, một phương pháp thích hợp cùng một sự gắn kết hợp lý.

Bán hàng cũng tương tự như việc nướng một miếng thịt lớn. Tương tự sự chuẩn bị thực phẩm thô phục vụ món ăn, để có được một cuộc hẹn gặp với người ra quyết định mua sắm đòi hỏi ở các nhân viên bán hàng khá nhiều thời gian, tiền bạc và công sức. Vì vậy, sẽ rất quan trọng nếu bạn có được một công thức hành động đáng tin cậy.

Trong hoạt động bán hàng, bạn không thể hành động theo bất cứ thứ gì nảy sinh trong đầu cũng như không có đủ tiền để trang trải cho việc này. Bạn cần một quy trình bán hàng – hay nói cách khác, một công thức bán hàng. Khi bạn ngồi trên chiếc ghế nóng với các khách hàng, nếu bạn có được một quy trình bán hàng hợp lý và tin tưởng, bạn sẽ cảm thấy thoải mái và dành sự tập trung cao độ vào những gì bạn nói.

Tại sao? Bởi vì bạn đã biết rõ những lời nói và hành động tiếp theo của mình. Bạn sẽ bộc lộ nhiều sự tự tin hơn, đồng thời đảm bảo độ chính xác cao nhất. Bạn cũng sẽ ít khi quên mất các yếu tố chủ chốt cần đề cập đến trước khi yêu cầu một đơn đặt hàng.

Mặc dù có hàng nghìn cuốn sách về bán hàng đã được xuất bản và bày bán rộng rãi ngoài kia, song vẫn không có một quy trình bán hàng nào thích hợp cho mọi trường hợp cả. Một vài quyển sách bán hàng đưa ra cho bạn nhưng bước đi cơ bản, nhưng chúng chưa hẳn đầy đủ các chi tiết cần thiết. Một vài kiến sách hay còn được viết bởi các kỹ sư, với tất cả các bước đi và sự rắc rối mà tác giả mong đợi mọi người đọc nhớ kỹ.

Để tối ưu hoá thành công, bạn sẽ phải tự mình xây dựng riêng một công thức bán hàng. *Và có 3 bước chính yếu trong việc xây dựng một quy trình bán hàng hiệu quả nhất: lên kế hoạch, thực thi và tinh lọc.*

Bước 1: Lên kế hoạch

Sự khởi đầu tốt đã chiếm một nửa của thành công. Không quan tâm tới việc bạn đã bán hàng trong bao lâu, bạn hoàn toàn có thể kiếm được nhiều tiền hơn nếu bạn lên kế hoạch cho quy trình bán hàng của bạn.

Kế hoạch bán hàng không đơn thuần chỉ ở trong đầu, bạn cần viết nó ra giấy. Đối với những ai mới bắt đầu sự nghiệp bán hàng, sẽ thật hợp lý với việc nghiên cứu một vài cuốn sách bán hàng hay, sau đó thay đổi những ý kiến bạn đã lĩnh hội trong cuốn sách với những gì phù hợp nhất trong hoạt động bán hàng của bạn và khởi mở ra một quy trình bán hàng sơ bộ.

Ví dụ bạn bán các chiếc xe ô tô sang trọng. Có lẽ quy trình bán hàng sơ bộ của bạn nên là tham gia vào các sự kiện mạng lưới của các chủ doanh nghiệp, tìm kiếm những doanh nhân cảm thấy các chiếc xe ô tô sang trọng là một phần trong cuộc sống của họ.

Sau đó, với từng khách hàng bạn tiếp cận, bạn phân loại họ trong đầu, trao đổi danh thiếp, gọi điện thoại giới thiệu, mời họ đến chiêm ngưỡng những model mới nhất, giới thiệu chi tiết tính năng, sắp xếp lái thử và sau đó đề xuất các kịch bản bán hàng,...!

Bước 2: Thực thi

Thật đáng tiếc, giá trị của một quy trình bán hàng trên lý thuyết mặc dù có thể hay nhưng vẫn chỉ là con số 0. Các kết quả kỳ diệu chỉ xuất hiện với những ứng dụng thích hợp trên thực tế. Vì vậy, bạn hãy quyết tâm và thử nghiệm quy trình mới của bạn ít nhất 10 lần. Hãy thử nghiệm nó với một vài khách hàng tiềm năng của bạn. Đồng thời, thử nghiệm nó với những người dường như đã ra khỏi thị trường mục tiêu của bạn, nhưng cũng có thể có ích lợi khi sở hữu hay sử dụng những sản phẩm/dịch vụ bạn cung cấp.

Trong thời gian thử nghiệm, bạn cần ghi chép các chú ý về những gì luôn hiệu quả, những gì chỉ thỉnh thoảng mới hiệu quả và những gì đơn giản thất bại. Bạn mong muốn các phản hồi. Nhưng đương nhiên nếu một ai đó muốn mua sản phẩm từ bạn, hãy tiến hành giao dịch bán hàng ngay!

Quay trở lại với ví dụ bán những chiếc xe ô tô sang trọng ở trên, giả sử rằng bạn tham dự hai ba sự kiện mạng lưới và thấy được khoảng 10 chủ doanh nghiệp có thể quan tâm tới việc mua sắm những chiếc xe ô tô sang trọng của bạn. Khi bạn đã thực hiện đúng như các bước trong quy trình bán hàng ban đầu của bạn, bạn

vẫn thấy rằng có một vài khách hàng khăng khăng không ghé thăm showroom, họ nói rằng đơn giản là quá bận.

Một vài khách hàng khác từ chối vì các lý do tài chính cá nhân, nhưng sau đó bạn phát hiện ra còn có một vài yếu tố về thuế có thể kích lệ việc mua sắm xe ô tô trở nên dễ dàng hơn. Và nỗ lực có ít nhất 2 người trong số những khách hàng khiến cưỡng đã giới thiệu chiếc xe ô tô của bạn với những người thân, bạn bè của họ, thậm chí họ không mua xe ô tô. Đã đến lúc phải tinh lọc quy trình bán hàng cho phù hợp hơn với thực tế.

Bước 3: Tinh lọc

Đây là lúc mà sức mạnh của việc có được một quy trình bán hàng thực sự được trả công xứng đáng. Tinh lọc chính là sự khác biệt giữa 20 năm kinh nghiệm bán hàng và một năm kinh nghiệm bán hàng lặp đi lặp lại 20 lần. Tại bước đi này, bạn áp dụng các phản hồi bạn nhận được từ việc thực thi và xác định rõ làm cách nào để nhân đôi các ngạc nhiên tốt và tránh những ngạc nhiên chưa thực sự tốt. Qua đó đảm bảo một quy trình bán hàng mới chuẩn xác nhất.

Tiếp tục với ví dụ trên, giờ đây, nếu các khách hàng nói rằng họ cần một chiếc xe ô tô sang trọng mới nhưng họ dường như không thể có đủ thời gian để ghé thăm cửa hàng trưng bày của bạn trong giờ mở cửa, có lẽ bạn nên đưa ra một lựa chọn nhanh cho khách hàng về một, hai chiếc xe thích hợp nhất với họ. Sau đó, bạn thu xếp thời gian mang nó tới văn phòng của khách hàng vào buổi ăn trưa để khách hàng lái thử một lúc.

Hay một giải pháp nữa là bạn có thể mời khách hàng đi ăn trưa đâu đó để giới thiệu cụ thể về các chiếc xe hoặc đơn giản cảm ơn họ vì đã quan tâm tới bạn. Những tinh lọc khác có thể bao gồm việc đưa ra các kích lệ mua sắm mới có liên quan tới thuế, hoặc đề nghị họ giới thiệu về bạn với những người xung quanh trong trường hợp không mua xe.

Nhưng chờ đã, công việc bạn vẫn chưa hoàn thành. Lúc này bạn cần áp dụng quy trình bán hàng đã được tinh lọc tới 10 hay 20 khách hàng khác, tìm kiếm các phản hồi của họ và một lần nữa tinh lọc tiếp.

Rõ ràng những hoạch định, thực thi và tinh lọc không ngừng đối với quy trình bán hàng sẽ đưa bạn để gần hơn với các mục tiêu luôn thay đổi. Mặc dù sẽ khá tốn kém về công sức, thời gian và tiền bạc, nhưng một quy trình bán hàng được

thiết kế và xây dựng cẩn thận chắc chắn sẽ giúp bạn bán được nhiều hàng hơn và nhanh chóng hơn. Chúc bạn thành công!