

10 sai lầm phổ biến trong hoạt động bán hàng

Bất kỳ một doanh nghiệp nào khi bắt đầu khởi nghiệp đều phải đương đầu với những thử thách, và thất bại là điều không thể tránh khỏi. Nhưng liệu họ có biết được đâu là nguyên nhân dẫn đến thất bại của mình?



Bất kể "cựu binh" nào trên thương trường cũng đều có thể kể cho bạn nghe một câu chuyện về những sai lầm khiến họ phải trả giá đắt. Và họ không bao giờ lặp lại những sai lầm đó lần thứ hai. Còn bạn, một "tân binh", liệu bạn có biết rút kinh nghiệm từ những sai lầm của người khác để bản thân sẽ không phải kể lại nhiều câu chuyện với phần kết đáng tiếc?

Thật khó tin nếu một doanh nhân tự đắc cho rằng bạn chưa từng vấp ngã, không sai lầm. Thật ra, ai cũng có sai lầm, có lúc vấp ngã nhưng điều quan trọng là qua những thử thách ấy, ta rút ra được kinh nghiệm gì cho công việc sau này.

Dưới đây là 10 sai lầm phổ biến nhất trong hoạt động bán hàng và hướng khắc phục:

1. Thiếu một hình ảnh chuyên nghiệp: Nếu bạn muốn mọi người lắng nghe bạn và chú ý tới những gì bạn nói về sản phẩm hay dịch vụ, bạn phải thể hiện được một hình ảnh chuyên nghiệp thực thụ - từ hình thức đến thái độ, nghĩa là bạn cần ăn mặc chỉnh tề, dáng đứng thẳng, nói năng tự tin. Mọi người sẽ mua sắm sản phẩm/dịch vụ tại công ty bạn nhờ lòng nhiệt tình và khả năng thuyết phục của bạn đối với họ hơn là kiến thức của bạn về sản phẩm.

2. Nói quá nhiều: Khi bạn nói nhiều, bạn cho rằng mình đang trình bày những thông tin cần thiết, trong khi khách hàng lại chỉ cảm thấy rằng bạn đang lái nhài về những gì họ không quan tâm. Vậy thì bạn hãy hỏi khách hàng về nhu cầu của họ, tức là bạn đang bán hàng; bạn đang tìm kiếm những gì khách hàng thực sự muốn có. Sau đó, bạn mới bắt đầu dẫn dắt họ tới một sản phẩm hay dịch vụ thích hợp.

3. Từ vựng của bạn: Từ ngữ tạo ra hình ảnh trong tâm trí con người. Có một số từ ngữ luôn khiến cho khách hàng bỏ đi. Ví dụ, bạn cần tránh sử dụng từ "hợp đồng" trong bán hàng. Tất cả chúng ta đều biết rằng các hợp đồng là văn bản pháp lý ràng buộc và sẽ cần đến một số trình tự theo luật định để chấm dứt mối

quan hệ hợp đồng. Bạn có thể thay bằng một số từ khác thích hợp hơn - hãy gọi bản hợp đồng của bạn là "thỏa thuận ghi nhớ", "đơn đặt hàng" hay "biên bản"... Hãy lưu ý các từ ngữ bạn sử dụng và thay thế bất cứ từ ngữ nào không phù hợp bằng một từ ngữ mới lịch thiệp và tích cực hơn.

4. Không xây dựng mối quan hệ: Một mối quan hệ tốt sẽ tạo nên sự tin tưởng. Không ai muốn giao dịch mua sắm với người mà họ không ưa thích và tin cậy. Bên cạnh việc giới thiệu về sản phẩm hay dịch vụ, bạn hãy dành chút thời gian tìm hiểu và trò chuyện thân tình với khách hàng.

5. Thiếu một hệ thống phân loại: Có một tỷ lệ phần trăm nhất định những người mà bạn tiếp xúc sẽ không mua sản phẩm/dịch vụ của bạn. Nếu họ không có nhu cầu hay tiền bạc để mua sắm sản phẩm/dịch vụ của bạn, thì sẽ không có giao dịch mua bán nào cả. Điều quan trọng đối với bạn là nhanh chóng xác định những người như thế trong cuộc trò chuyện. Hãy hỏi họ ít nhất là 3-4 câu hỏi và các câu trả lời sẽ nói với bạn liệu họ phải là các khách hàng tiềm năng của bạn hay không.

6. Không biết khi nào phải ngừng giới thiệu: Nhiều nhân viên bán hàng nghĩ rằng họ phải nói với các khách hàng tiềm năng tất cả mọi thông tin mà họ biết về sản phẩm/dịch vụ. Thậm chí cả sau khi khách hàng ám chỉ rằng sản phẩm này hoàn toàn thích hợp với họ, nhân viên bán hàng vẫn tiếp tục trình bày. Làm như vậy rất dễ dàng khiến khách hàng cảm thấy bức bối và quay đi ngay.

7. Cái tôi cá nhân: Bán hàng thực chất là một hoạt động dịch vụ. Bạn phải đặt sang bên cạnh những mong muốn và nhu cầu của bạn để phục vụ những mong muốn và nhu cầu của người khác. Hãy loại bỏ khỏi tâm trí hình bóng của đồng tiền lợi nhuận khi giao tiếp với khách hàng. Nếu các khách hàng ngờ vực bạn đang muốn bán hàng vì những lợi ích gì đó dành cho bạn, thay vì những lợi ích dành cho nhu cầu của họ, họ sẽ tìm đến một công ty khác.

8. Không biết phải kết thúc như thế nào: Trong nhiều trường hợp, bạn chỉ cần đặt một câu hỏi trực tiếp để kết thúc giao dịch bán hàng:

- Nếu tôi có sản phẩm màu đỏ như theo ý của quý vị, quý vị có muốn mua ngay bây giờ hay tôi sẽ gửi tới sau?

- Quý vị sẽ thanh toán bằng tiền mặt, thẻ tín dụng hay chuyển khoản?

9. Không chú ý tới các chi tiết: Nếu bạn chỉ lướt qua hay nói quá vắn tắt về sản phẩm/dịch vụ, bởi bạn đã nhắc lại những câu đó quá nhiều lần đến nỗi phát ngán, thì bạn sẽ đánh mất các giao dịch bán hàng mới. Hãy nhớ rằng: Mỗi một lời giới thiệu về sản phẩm/dịch vụ đều hoàn toàn mới đối với khách hàng của bạn. Vì vậy bạn cần thể hiện một thái độ nhiệt tình, chu đáo và không nên bỏ qua bất cứ thông tin nào, trừ khi các khách hàng nói rõ rằng một chi tiết nào đó sẽ không cần thiết đối với họ.

Việc chú ý tới các chi tiết cũng cần thể hiện trong công việc giấy tờ của bạn và khả năng xử lý máy tính, nếu các đơn đặt hàng của bạn được xử lý theo cách này. Bất kỳ thông tin bị bỏ sót nào cũng đều có thể khiến khách hàng xem xét lại quyết định mua sắm của họ.

10. Không đáp ứng các mong đợi của khách hàng: Ở đây đòi hỏi sự tập trung và chú ý vào các chi tiết. Nếu bạn hay công ty của bạn không có các chính sách, quy trình bán hàng phù hợp đáp ứng sự mong đợi của khách hàng, bạn sẽ thấy thật khó khăn để có thu hút một khách hàng mới. Hãy đầu tư thời gian và công sức vào các quy trình, thủ tục kinh doanh mới chuẩn mực hơn, đồng thời yêu cầu tất cả nhân viên đều thực hiện đúng như vậy. Các nhân viên bán hàng không nên hứa bất cứ điều gì ngoài chuẩn mực quy định của công ty. Mọi yêu cầu của khách hàng cần được đáp ứng đầy đủ, thậm chí còn vượt xa những mong đợi của họ.