



Sales IQ Plus

Báo cáo Kỹ năng Bán hàng Nhóm

Ngày: January 06, 2020

YOUR COMPANY
LOGO
APPEARS HERE

Mục lục

Giới thiệu Bản Báo cáo nhóm Đánh giá kỹ năng bán hàng Sales IQ.....	3
Chúng tôi đánh giá Kỹ năng Bán hàng của nhóm như thế nào.....	4
Sơ đồ phát triển kỹ năng bán hàng	5
Xếp hạng hiệu quả Bán hàng của nhóm	6
Điểm số 9 loại kỹ năng của nhóm và phân tích chi tiết.....	7
Cơ hội phát triển của Bạn	23
Tuyên bố miễn trừ trách nhiệm	24

Giới thiệu chung về Bán đánh giá kỹ năng bán hàng của nhóm

Chúng tôi nghĩ rằng bạn sẽ muốn biết ... Đội của mình đứng ở đâu trong Đánh giá về kỹ năng bán hàng Sales IQ Plus?

Đánh giá kỹ năng bán hàng là một phân tích khách quan được thiết kế dưới dạng bản đồ cá nhân hóa kiến thức bán hàng của đội ngũ bán hàng của bạn tại thời điểm này. Báo cáo cho bạn biết đội ngũ của bạn đứng ở đâu. Báo cáo cũng cho bạn biết lý do tại sao họ ở vị trí đó - và cho bạn biết đích cần hướng tới (theo một cách tốt đẹp, mặc dù Jeffrey & Tony là những chàng trai Jersey).

Đây không phải là một đánh giá về trí thông minh của đội ngũ kinh doanh của bạn, trừ những kỹ năng liên quan tới việc bán hàng. Tuy nhiên, trí thông minh bán hàng có thể được tăng lên thông qua học tập. Điểm số trong Bản Đánh giá kỹ năng bán hàng Sales IQ này cho bạn biết mức độ sẵn sàng và phù hợp để bán hàng của đội ngũ của bạn. Báo cáo không thể cho bạn biết họ sẽ bán hàng hay không, nhưng chắc chắn báo cáo cho bạn thấy họ hiểu doanh số như thế nào và sẽ tiếp cận việc bán hàng.

Tuy nhiên, báo cáo này chắc chắn không phải là yếu tố dự báo duy nhất cho thành công của kết quả bán hàng, vì mỗi phong cách hành vi, tham vọng và động lực của nhân viên bán hàng, thái độ cá nhân, lợi ích và giá trị cũng như khả năng ra quyết định và chất lượng của họ trong việc ra quyết định cũng có thể góp phần vào thành công của doanh số.

Mỗi thành viên trong nhóm bán hàng của bạn đã phản hồi 48 kịch bản bán hàng thực tế với bảng điểm "từ tốt nhất đến tệ nhất". Kết quả tổng thể của họ được bao gồm trong báo cáo Nhóm Đánh giá kỹ năng bán hàng SalesIQ độc quyền này.

- Bạn nhận được điểm số của đội trong từng giai đoạn của tám giai đoạn quy trình bán hàng.
- Bạn có thể đo điểm số của đội ngũ của mình so với tất cả nhân viên bán hàng, bất kể họ bán như thế nào và bán gì.
- Bạn nhận được các đề xuất cụ thể để giúp đội ngũ của mình cải thiện từng lĩnh vực về hiệu quả bán hàng của họ.

Quan trọng hơn ... Điểm nhóm của bạn trong Bản Báo cáo nhóm Đánh giá kỹ năng bán hàng này, dù cao hay thấp, cũng có thể cho bạn biết cách điều chỉnh hoạt động đào tạo huấn luyện kỹ năng bán hàng cho đội ngũ bán hàng của bạn. Tập trung vào đào tạo bán hàng và huấn luyện để củng cố Điểm mạnh của đội ngũ bán hàng và tìm kiếm các chiến lược và nguồn lực để khắc phục Điểm yếu của đội ngũ bán hàng.

"Điểm số của nhóm" không quan trọng mà là việc cải thiện doanh số của họ mới quan trọng. Chúng tôi quan tâm nhiều hơn đến "mong muốn" trở thành chuyên gia bán hàng tốt hơn của đội ngũ. Vì vậy, chúng tôi đã đưa ra rất nhiều đề xuất cụ thể để giúp đội ngũ của bạn phát triển như các chuyên gia bán hàng.

Điều quan trọng cần biết là những câu hỏi và câu trả lời này được thiết kế từ kiến thức Bán hàng TOÀN CẦU do ba trong số các tác giả sách về kỹ năng bán hàng được bán chạy nhất và các diễn giả nổi tiếng để cung cấp cái nhìn sâu sắc cho THẾ GIỚI kiến thức bán hàng của bạn.

Với những lời chúc tốt đẹp nhất dành cho đội ngũ của bạn, hãy tiếp tục cải thiện doanh số và thành công,

Jeffrey Gitomer

Tác giả của *The Sales Bible – Kinh thánh Bán hàng*

Jim Cathcart

Tác giả của *Relationship Selling – Bán Mối quan hệ*

Dr. Tony Alessandra

Tác giả của *Non-Manipulative Selling – Bán hàng không Khéo léo*

Cách chúng tôi đo lường kỹ năng bán hàng Sales IQ của nhóm

Tám bước dưới đây, theo kinh nghiệm của chúng tôi, đại diện cho các giai đoạn quan trọng nhất của việc bán hàng thành công. 48 câu hỏi IQ bán hàng mà mỗi nhóm bán hàng của bạn đã hoàn thành được tạo ngẫu nhiên từ hơn 100 câu hỏi khám phá các thực tiễn tốt nhất trong từng lĩnh vực bán hàng dưới đây.

Chỉ số IQ bán hàng này không phải là một tuyên bố về tiềm năng của nhóm bạn, mà là thước đo cách tiếp cận và hiểu biết của họ về việc bán hàng trong môi trường cạnh tranh, chuyên nghiệp ngày nay. Họ có thể có tiềm năng bán hàng rất lớn và vẫn đạt điểm kém về chỉ số IQ bán hàng này tùy thuộc vào những gì họ biết hiện tại. Trong trường hợp đó, với một số đào tạo bổ sung, nhóm của bạn sẽ nhanh chóng bắt đầu xuất sắc. Ngoài ra, họ có thể có kiến thức bán hàng đáng kể nhưng không sở hữu nhiều đặc điểm đảm bảo thành công cho doanh số của họ. Trong trường hợp đó, họ sẽ tự đi làm trước và bán hàng sẽ theo sau.

Dưới đây là tám giai đoạn và mô tả ngắn gọn của từng giai đoạn.

1. Chuẩn bị bao gồm cách nhóm bán hàng của bạn chuẩn bị cho việc bán hàng và tự chuẩn bị. Họ có thể được chuẩn bị tốt với các công cụ thông tin và bán hàng nhưng nếu họ không ở trong tâm trí thích hợp hoặc nếu họ không tỏ ra chuyên nghiệp với người mua, họ có thể không được bán.

2. Hướng mục tiêu khám phá thị trường hoặc nhóm mà nhóm bán hàng của bạn có thể nhắm mục tiêu là khách hàng tiềm năng. Sau đó, chúng tôi tập trung vào các cá nhân mà họ sẽ liên lạc. Điều này bao gồm các chiến lược và chiến thuật bán hàng mà họ chọn cho từng mục tiêu. Nhắm mục tiêu kém với bán hàng lớn sẽ dẫn đến thành công hạn chế vì nhóm bán hàng của bạn sẽ bán nhầm người.

3. Kết nối là bước tiếp xúc ban đầu trong việc bán hàng trong đó nhóm bán hàng của bạn phải thu hút mọi người về mặt trí tuệ để khách hàng xem họ là nguồn lực đáng tin cậy và kết nối cảm xúc để khách hàng tin tưởng họ như mọi người. Không có một trong hai, nhóm bán hàng của bạn bị ức chế học đủ về bản thân để giải quyết vấn đề của họ và bán hàng.

4. Đánh giá nhu cầu và mong muốn là khám phá những gì để bán và làm thế nào để bán nó chủ yếu thông qua thăm dò và lắng nghe. Như người ta thường nói, trong bán hàng như trong y học, kê đơn trước khi chẩn đoán là sai lầm.

5. Giải quyết vấn đề người mua, hoặc đáp ứng nhu cầu của họ, là nơi mà hầu hết sự chú ý bán hàng đã được đặt trong quá khứ. Đây là phần mà nhóm bán hàng của bạn trình bày các giải pháp của họ, kể câu chuyện của họ, cho thấy sản phẩm của họ hoặc mô tả các kết quả mà việc mua sẽ tạo ra cho khách hàng của họ. Ở mức thấp nhất, đây là một doanh số bán hàng. Ở cấp độ cao nhất, đây là một cuộc đối thoại trong đó nhóm bán hàng của bạn chứng minh rằng có giá trị lớn cho khách hàng khi mua hàng từ họ.

6. Cam kết: Một khi họ đã cho thấy rằng họ có thể giải quyết vấn đề về khách hàng của họ, đã đến lúc đạt được cam kết mua hàng của khách hàng. Đây là giai đoạn Khẳng định. Mục tiêu của nhóm bán hàng của bạn là xác nhận cam kết mua hàng. Trong lịch sử, điều này được biết đến với cái tên là đóng cửa bán hàng, nhưng sự thật là nó không phải là kết thúc mà là sự khởi đầu của mối quan hệ bán hàng của họ, bắt đầu phục vụ khách hàng khi khách hàng bắt đầu trả tiền cho nhân viên bán hàng của bạn cho giá trị khách hàng nhận được .

7. Đảm bảo: Một nhu cầu bán hàng được xác nhận Đảm bảo rằng giá trị đã hứa sẽ được nhận. Đây là nơi các mối quan hệ được xây dựng và lòng trung thành của khách hàng kiểm được bởi đội ngũ bán hàng của bạn.

8. Quản lý: là giai đoạn cuối cùng của chu trình bán hàng nơi nhóm bán hàng của bạn quản lý doanh số và tài khoản và tự quản lý bản thân. Cuối cùng, tất cả chúng ta đều là manager người quản lý bán hàng của riêng mình. Đây là giai đoạn bán hàng mà nhóm bán hàng của bạn phải tự mình làm những việc cần làm ngay cả khi họ không cảm thấy muốn làm điều đó.

Chuẩn bị, Hướng mục tiêu, Kết nối, Đánh giá, Giải quyết vấn đề, Xác nhận, Đảm bảo và Quản lý.

Biểu đồ phát triển trí thông minh bán hàng/ Sales IQ của nhóm

Nhập vào tiêu đề bất kỳ để xem video ngắn giới thiệu	Câu hỏi số	Rất phát triển	Phát triển nâng cao	Phát triển sớm	Cần được phát triển
 Chuẩn bị bán hàng	31, 32, 33		✓		
 Chuẩn bị bản thân	34, 35, 36		✓		
 Hướng đúng thị trường mục tiêu	43, 44, 45		✓		
 Sử dụng đúng phương pháp	46, 47, 48		✓		
 Kết nối với người đứng đầu	19, 20, 21		✓		
 Kết nối với Trái tim	22, 23, 24		✓		
 Đánh giá con người	1, 2, 3		✓		
 Đánh giá tình huống	4, 5, 6			✓	
 Hợp tác với người mua	37, 38, 39		✓		
 Giáo dục người mua	40, 41, 42		✓		
 Xác nhận giải pháp	16, 17, 18		✓		
 Xác nhận Mua hàng	13, 14, 15			✓	
 Đảm bảo sự hài lòng hiện tại	10, 11, 12			✓	
 Đảm bảo sự trung thành liên tục	7, 8, 9		✓		
 Quản trị bán hàng	25, 26, 27		✓		
 Quản trị bản thân	28, 29, 30		✓		

Xếp hạng hiệu quả thông minh bán hàng của nhóm

Xếp hạng hiệu quả thông minh bán hàng của nhóm dưới đây minh họa cho sự hiểu biết của cả nhóm về các chiến lược bán hàng hiệu quả nhất trong 48 tình huống bán hàng trong đánh giá IQ bán hàng. Hiểu và sử dụng các chiến lược bán hàng hiệu quả nhất rất có thể sẽ làm tăng thành công trong bán hàng của nhóm.

Biểu đồ dưới đây minh họa kiến thức tổng thể của cả nhóm trong 48 tình huống bán hàng so với điểm trung bình của tất cả nhân viên bán hàng:

- Lựa chọn chiến lược bán hàng hiệu quả nhất (biết cách tốt nhất để làm) - đây là tỷ lệ phần trăm nhóm của bạn chọn câu trả lời hay nhất trong mỗi giai đoạn bán hàng
- Lựa chọn kết hợp những chiến lược tốt nhất **hoặc** tốt nhì (biết cách tốt nhất để làm gì cộng với chiến lược tốt nhì để thay thế) - đây là tỷ lệ phần trăm số lần đội nhóm của bạn chọn câu trả lời hay nhất **hoặc** nhì kết hợp trong mỗi giai đoạn bán hàng.

Điểm phần trăm của đội nhóm càng cao trong bất kỳ giai đoạn nào của quy trình bán hàng, thì kiến thức, sự hiểu biết và cách sử dụng tiềm năng của đội nhóm càng tốt trong tổng thể chiến lược bán hàng cần thiết trong từng giai đoạn của quy trình bán hàng.

	% số lần bạn chọn câu trả lời tốt nhất	% số lần bạn chọn hoặc câu trả lời hay nhất hoặc hay nhì		
	Điểm của bạn	Điểm của toàn bộ NV bán hàng	Điểm của bạn	Điểm của toàn bộ NV bán hàng
CHUẨN BỊ	29%	44%	62%	72%
MỤC TIÊU	33%	52%	60%	74%
KẾT NỐI	46%	53%	71%	76%
ĐÁNH GIÁ	27%	38%	48%	67%
GIẢI QUYẾT	46%	45%	60%	70%
XÁC NHẬN	31%	42%	56%	65%
ĐẢM BẢO	40%	46%	65%	70%
QUẢN LÝ	40%	43%	69%	71%
TỔNG SỐ	36%	45%	61%	71%

Điểm số phần CHUẨN BỊ

Những kết quả này là từ các câu trả lời của nhóm trong giai đoạn **CHUẨN BỊ**:

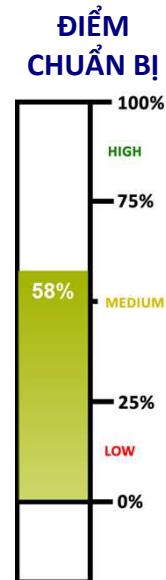
Trong số 6 câu hỏi, nhóm đã có:

- 1.75 Câu trả lời phù hợp nhất
- 2.00 Câu trả lời phù hợp nhì
- 1.75 Câu trả lời phù hợp thứ ba
- 0.50 Câu trả lời ít phù hợp nhất

CHUẨN BỊ bán hàng – Chuẩn bị bán hàng & Chuẩn bị bản thân

Những câu hỏi ở phần này đo lường:

- **Chuẩn bị bên ngoài** là về nghiên cứu và tìm hiểu thị trường, ngành nghề và đối thủ cạnh tranh bằng cách tìm kiếm các thông tin và nguồn lực bên ngoài tổ chức của chính bạn.
- **Chuẩn bị nội bộ** là thấu hiểu và sử dụng công ty, sản phẩm, khách hàng và đội ngũ một cách hiệu quả. Việc này liên quan tới tìm kiếm thông tin và nguồn lực bên trong chính tổ chức của bạn.
- **Chuẩn bị về tinh thần** làm mới kiến thức và có thái độ đúng đắn, phù hợp.
- **Chuẩn bị về thể chất** chuẩn bị các nguồn lực để bán hàng và ngoại hình cá nhân để tạo ấn tượng phù hợp.



CHUẨN BỊ để Bán hàng - [Chuẩn bị Bán hàng](#) & [Chuẩn bị Bản thân](#)

Chuẩn bị Bán hàng

Đây là một số lĩnh vực cần khám phá để giúp cải thiện hiệu quả Chuẩn bị Bán hàng của Bạn:

- Nghiên cứu ngành, thị trường, đối thủ, khách hàng và khách hàng tiềm năng của bạn
- Tìm hiểu kỹ thuật bán hàng, khái niệm bán hàng mới và tài liệu về bán hàng khác
- Thu thập số liệu nhân khẩu học, số liệu thống kê và chi tiết để hiểu rõ hơn về nhu cầu khách hàng tiềm năng của bạn
- Lập kế hoạch địa bàn và chiến lược thị trường tổng thể của bạn
- Danh sách khách hàng tiềm năng
- Thiết lập chiến lược và chiến thuật bán hàng tổng thể
- Tiếp thu kiến thức về công ty, sản phẩm và công việc
- Biết các công cụ và hệ thống bán hàng thành công nhất
- Nghiên cứu lịch sử khách hàng
- Nghiên cứu khách hàng sẵn có và xu hướng trong quá khứ tại các thị trường mục tiêu đã chọn
- Đặt mục tiêu bán hàng, mục tiêu hoạt động, mục tiêu cho từng người bán và từng mối liên hệ bán hàng
- Phối hợp với những người khác trong nhóm bán hàng của bạn

Chuẩn bị bản thân

Dưới đây là một số lĩnh vực cần khai thác để giúp cải thiện hiệu quả Chuẩn bị Bản thân của bạn:

- Xem xét các mục tiêu cụ thể của bạn cho mỗi cuộc gặp liên hệ bán hàng
- Đọc lại kiến thức của bạn về các kỹ thuật bán hàng, chi tiết sản phẩm và lợi ích mỗi tính năng mang lại cho khách hàng của sản phẩm/dịch vụ của bạn
- Chiến lược giá và các lựa chọn bạn có thể cung cấp
- Xem xét thông tin quan trọng ngay trước khi liên hệ bán hàng
- Tập trình bày bản trình bày của mình
- Dự đoán những ý kiến phản đối và lo lắng của khách hàng
- Xem lại câu trả lời cho các câu hỏi chính
- Liệt kê các câu hỏi bạn sẽ muốn hỏi
- Tạo cho mình tâm lý thoải mái, năng động, vui vẻ và hỗ trợ
- Xác định thời điểm và nơi gặp gỡ khách hàng của bạn
- Chọn cách sắp xếp chỗ ngồi phù hợp nhất
- Xử lý các việc phân tâm tiềm ẩn trước
- Lắp ráp các công cụ bán hàng và tài liệu bạn sẽ cần
- Cho phép gián đoạn và chậm trễ
- Kiểm tra mọi khía cạnh về ngoại hình của bạn - quần áo, chải chuốt và vệ sinh cá nhân
- Đến đúng giờ
- Xem xét cách bạn thể hiện bản thân khi bạn nghĩ rằng người khác không để ý
- Đảm bảo rằng các tài liệu và sản phẩm bán hàng của bạn thể hiện đúng hình ảnh và hoạt động tốt

LƯU Ý:

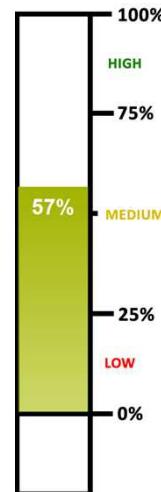
Điểm số phần HƯỚNG MỤC TIÊU

Kết quả này đến từ các câu trả lời của phần **HƯỚNG MỤC TIÊU** của nhóm:

Trong số 6 câu trả lời, nhóm của bạn có:

- 2.00 Câu trả lời phù hợp nhất
- 1.63 Câu trả lời phù hợp thứ nhì
- 1.50 Câu trả lời phù hợp thứ ba
- 0.88 Câu trả lời ít phù hợp nhất

ĐIỂM HƯỚNG MỤC TIÊU



HƯỚNG MỤC TIÊU Đúng người & Đúng Chiến lược

Các câu hỏi trong phần này đo lường:

- **Nhắm đúng nhóm người phù hợp** liên quan đến việc xác định loại tổ chức và nhóm khách hàng tiềm năng nhất có thể chi trả và hưởng lợi tốt nhất từ sản phẩm hoặc dịch vụ của bạn.
- **Nhắm đúng cá nhân phù hợp** là về việc xác định khách hàng lý tưởng của bạn và tìm người ra quyết định.
- **Chiến lược** liên quan tới việc xây dựng uy tín và định vị thương hiệu, lựa chọn cách thức tiếp cận mà bạn hướng tới xây dựng nhu cầu cho việc phân phối sản phẩm của bạn.
- **Chiến thuật** liên quan tới việc gọi đúng người theo đúng cách thức để mở ra các cơ hội bán hàng.

HƯỚNG MỤC TIÊU Đúng Thị trường & Đúng Phương pháp

Hướng mục tiêu Đúng thị trường

Dưới đây là một số lĩnh vực cần khai phá để giúp cải thiện năng lực Hướng đúng Thị trường mục tiêu của bạn:

- Tiến hành phân tích thị trường và cạnh tranh bằng cách nghiên cứu số liệu thống kê bán hàng sản phẩm của bạn
- Xác định nhóm khách hàng tiềm năng lớn nhất thông qua hồ sơ rõ ràng về khách hàng lý tưởng của bạn
- Phân tích tiềm năng bán hàng của từng sản phẩm trong từng phân khúc thị trường
- Xếp hạng khách hàng lớn
- Xây dựng bức tranh toàn diện về thị trường
- Xác định danh sách khách mục tiêu của bạn và cách mà khách hàng tiềm năng sẽ lấy thông tin họ cần
- Tìm xem khách hàng mục tiêu ở đâu, thuộc nhóm nào và họ đọc quảng cáo nào
- Biết ai có quyền ra quyết định trong tổ chức
- Đưa ra danh sách riêng các nhu cầu quan trọng nhất bạn có thể giải quyết cho những người ra quyết định
- Theo một quy trình hợp lý để xem xét tiêu chuẩn trở thành khách hàng tiềm năng
- Dành rất ít thời gian với những người không quyết định và người gác cổng
- Đảm bảo rằng bạn đang kêu gọi những người mà bạn có thể thiết lập uy tín tốt nhất
- Hãy là người dẫn dắt và được giới thiệu với khách hàng tiềm năng đó
- Có được giới thiệu khách hàng có thể mua sản phẩm bằng việc xây dựng không ngừng danh sách khách hàng mục tiêu
- Có dẫn chứng thuyết phục và các tài liệu bổ sung

Hướng mục tiêu đúng phương pháp

Dưới đây là một số điểm có thể giúp cải thiện việc chọn phương pháp đúng của bạn:

- Xác định nhận diện danh tiếng và thương hiệu bạn muốn nhắm đến trong thị trường đã chọn
- Xác định “tài sản chuyên nghiệp trong lĩnh vực” bạn cần có để đạt được danh tiếng hoặc vị trí đó
- Chọn phương thức truyền thông hỗn hợp và cách tiếp cận bán hàng để sử dụng
- Có được các nguồn lực cần thiết cho quảng bá và khuyến mại
- Có một quá trình liên tục để kích thích sự quan tâm và mong muốn đổi mới với sản phẩm của bạn
- Chọn phương thức phân phối tốt nhất để tiếp cận thị trường của bạn
- Phối hợp sử dụng email, tiếp thị web, phương tiện truyền thông, các bán hàng qua điện thoại và các công cụ khác
- Chọn đúng số điện thoại và loại hàng bán qua điện thoại để thực hiện
- Xác định cách thâm nhập tốt nhất vào công ty hoặc ngành - ai là người đầu tiên gọi, cách thuyết phục bán hàng sử dụng, sản phẩm dẫn đầu thị trường, giá chào hàng, khách hàng sẽ gọi đầu tiên, làm thế nào để đẩy nhanh việc có một khách hàng sang có một khách hàng khác, và sẽ gọi bao nhiêu cuộc điện thoại với khách hàng tiềm năng
- Phát triển các phương pháp để giảm thiểu nhất nỗ lực đến với những người ra quyết định
- Học cách bán hàng qua người khác hoặc các hội
- Có một cuộc nói chuyện thang máy hấp dẫn và đề xuất giá trị độc đáo
- Biết các “mốc” bán hàng khác nhau của bạn và lời dẫn vào đề
- Sử dụng mẫu và quà tặng miễn phí một cách thích hợp
- Xác định cách bạn có thể tiếp cận tốt nhất với khách hàng tiềm năng của mình bằng sự tin cậy và tự tin giúp bạn mở cửa tư duy của họ đối với đề nghị của bạn.

LƯU Ý:

Điểm số phần KẾT NỐI

Kết quả này được tổng hợp từ các câu trả lời của nhóm cho phần KẾT NỐI:

Trong số 6 câu hỏi, nhóm của bạn có:

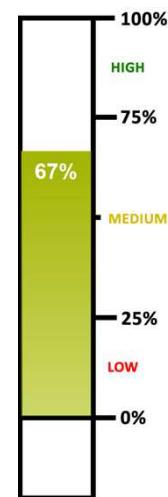
- 2.75 Câu trả lời phù hợp nhất
- 1.50 Câu trả lời phù hợp nhì
- 1.13 Câu trả lời phù hợp thứ ba
- 0.63 Câu trả lời ít phù hợp nhất

KẾT NỐI về mặt Trí tuệ & Cảm xúc

Những câu hỏi ở phần này đo lường:

- **Uy tín** là việc thiết lập bản thân như một nguồn thông tin hữu dụng cho khách hàng tiềm năng.
- **Hoạt động** liên quan đến việc tạo ra đúng số lượng và loại liên hệ bán hàng.
- **Mối quan hệ** là tìm hiểu sự khác biệt về tính cách và phong cách mua hàng.
- **Niềm tin** là xây dựng niềm tin và quản lý căng thẳng mối quan hệ

Điểm KẾT NỐI



KẾT NỐI Với Lý trí & Với Trái tim

Kết nối với Lý trí

Đây là một số lĩnh vực cần khai phá có thể giúp bạn cải thiện việc kết nối với Lý trí:

- Bạn cần độ tin cậy và trình độ để giúp khách hàng tiềm năng hiểu loại sản phẩm hoặc dịch vụ của bạn
- Bạn sử dụng khôn ngoan những nhân chứng và tài liệu bổ sung
- Bạn dùng các giới thiệu để mở đầu cuộc đối thoại
- Cho thấy tầm quan trọng những đề nghị đưa ra cho khách hàng tiềm năng
- Bạn đặt câu hỏi hấp dẫn
- Thu thập bằng chứng của bạn
- Bạn cho khách hàng thấy sự tổ chức và tính chuyên nghiệp trong giao tiếp ngay từ đầu
- Bạn lấy ví dụ cho khách hàng thấy có bao nhiêu giá trị cho họ
- Bạn sử dụng các nguồn lực bán hàng để tạo dựng uy tín trong khi giao tiếp với từng khách hàng tiềm năng
- Cho mọi người thấy bạn nguồn thông tin hữu ích mà không chỉ đơn thuần là người cung cấp
- Bạn đứng trước đúng loại và đúng số lượng khách hàng mới và khách hàng quen được hưởng lợi từ việc mua hàng
- Phát triển kỷ luật trong việc lấp đầy mỗi ngày, liên hệ bán hàng thực tế như các cuộc gọi điện thoại, liên lạc qua email, thư từ, cuộc gọi trực tiếp và các giới thiệu trực tiếp
- Tăng số lượng và chất lượng của giao tiếp trực tiếp với khách hàng tiềm năng đủ điều kiện thay vì các hoạt động hỗ trợ xử lý doanh số hoặc kinh doanh trong tương lai
- Bạn cần trở thành một nguồn thông tin hữu ích cho khách hàng khiến họ kinh doanh với bạn

Kết nối với Trái tim

Dưới đây là một số lĩnh vực cần khai phá giúp cải thiện năng lực kết nối với Trái tim:

- Bạn cần học cách đọc mọi người để biết cách họ xử lý thông tin và tìm điểm kết nối
- Bạn điều chỉnh phù hợp với tốc độ và phong cách của khách hàng tiềm năng
- Bạn thực hành các kỹ năng của những người tốt như phép lịch sự, sự đồng cảm, sự thùa nhận và xây dựng mối quan hệ
- Bạn biết cách định vị bản thân với khách hàng như một cố vấn, huấn luyện viên, người giải quyết vấn đề, chuyên gia kinh nghiệm, đồng minh chiến lược, người bạn kinh doanh và nhà cung cấp ưa thích
- Bạn Duy trì sự lạc quan và khuyến khích trong cuộc đối thoại
- Bạn giữ mức độ sợ hãi thấp trong khi kích thích nhu cầu mua
- Bạn nhận biết khi nào việc trở nên nghiêm trọng hay không
- Bạn Biết sự khác biệt giữa mối quan hệ căng thẳng và nhiệm vụ quan trọng
- Bạn thể hiện sự quan tâm đối với nhu cầu của khách hàng tiềm năng và tôn trọng anh ấy hoặc cô ấy
- Bạn tôn trọng đối thủ mà không làm suy yếu vị trí bán hàng của chính mình
- Bạn biết cách vạch ra ranh giới giữa làm đối tác xã hội và đối tác kinh doanh

LƯU Ý:

Điểm số phần ĐÁNH GIÁ

Kết quả này đến từ các câu trả lời của nhóm ở phần ĐÁNH GIÁ:

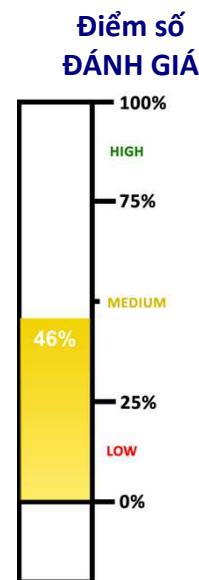
Trong số 6 câu hỏi, nhóm của bạn có:

- 1.63 Câu trả lời phù hợp nhất
- 1.25 Câu trả lời phù hợp nhì
- 1.25 Câu trả lời phù hợp thứ ba
- 1.88 Câu trả lời ít phù hợp nhất.

ĐÁNH GIÁ Nhu cầu tình huống & Mong muốn cá nhân

Các câu hỏi trong phần này đo lường:

- **Thăm dò** là về kỹ năng đặt câu hỏi đúng và nhận câu trả lời.
- **Phân tích** là về việc xác định nhu cầu và cơ hội.
- **Hiểu** là về việc tìm kiếm động cơ chính để mua hàng.
- **Thông cảm** bao gồm lắng nghe mọi người và đọc, hiểu cảm xúc cũng như sự việc.



ĐÁNH GIÁ Tình huống & Con người

Đánh giá Tình huống

Đây là một số lĩnh vực cần khám phá để cải thiện phần Đánh giá tình huống:

- Bạn biết những gì nên tìm hiểu
- Bạn hiểu nhiều kiểu hỏi và kỹ thuật hỏi
- Bạn cần kỹ năng hỏi thông tin theo cách không làm khách hàng sợ
- Bạn cần xác định cách thức mà cá nhân và tổ chức đưa ra quyết định mua loại này
- Bạn cần Học cách thăm dò thông tin mà bạn có thể bỏ qua
- Bạn cần tìm hiểu tất cả các thông tin được trình bày để bạn xác định khoảng giữa những gì họ có và những gì họ cần
- Bạn cần nhìn vào tính thực tế về những kỳ vọng của họ
- Bạn cần đánh giá các khía cạnh tài chính
- Bạn cần xác định các cơ hội, giải pháp thay thế và lựa chọn sẵn có
- Bạn cần thu thập và phân tích tài liệu bạn có thể sử dụng
- Bạn cần tìm lý do bổ sung khiến khách hàng tiềm năng muốn mua
- Bạn cần nhận biết vai trò của nhiều người trong quyết định mua

Đánh giá Con người

Đây là một số lĩnh vực cần khám phá giúp cải thiện phần Đánh giá con người:

- Bạn cần tìm các điểm nóng có sức hấp dẫn mạnh nhất đối với khách hàng tiềm năng
- Bạn cần xác định khoảng cách giữa những gì họ cần và những gì họ muốn
- Bạn cần nhận ra định kiến hoặc điểm mù theo quan điểm của họ
- Bạn cần tìm hiểu cách họ cảm nhận về các lựa chọn cạnh tranh thay thế.
- Bạn cần xác định nỗi sợ hãi và mối quan tâm của họ
- Bạn cần hiểu tổng thể mục tiêu, giá trị và ưu tiên của họ
- Bạn cần xem giới hạn thẩm quyền của họ và cách tốt nhất để giúp họ biện minh cho việc mua
- Bạn cần hiểu tầm quan trọng của cảm giác và cảm xúc
- Bạn cần quan tâm đến việc giúp đỡ như thế nào
- Bạn cần lắng nghe hiệu quả bằng cách loại bỏ mọi thói quen nghe đã phát triển
- Bạn cần khiến mọi người nói chuyện cởi mở với bạn
- Bạn cần nhận thức được sự khác biệt về tính cách, khuynh hướng cá nhân, năng lực trí tuệ, giá trị, mức độ tự tin, ước mơ, khát vọng, nỗi sợ hãi và mối quan tâm
- Bạn cần điều chỉnh tốc độ hoặc sở thích của riêng bạn để tương thích với Tốc độ hoặc sở thích của khách hàng
- Bạn cần đối phó với những người khác nhau theo những cách khác nhau trong khi duy trì lòng tự trọng của bạn

LƯU Ý:

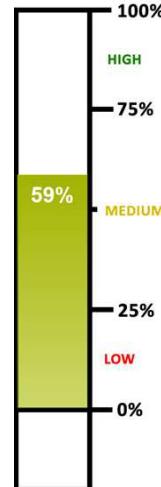
Điểm số phần GIẢI QUYẾT VẤN ĐỀ

Đây là kết quả từ các câu trả lời phần GIẢI QUYẾT VẤN ĐỀ của đội nhóm:

Trong 6 câu hỏi, nhóm bạn có:

- 2.75 Câu trả lời phù hợp nhất
- 0.88 Câu trả lời phù hợp nhì
- 0.88 Câu trả lời phù hợp thứ ba
- 1.50 Câu trả lời ít ít hợp nhất.

Điểm số GIẢI QUYẾT VẤN ĐỀ



GIẢI QUYẾT Vấn đề của Khách hàng – Giáo dục & Hợp tác

Các câu hỏi trong phần này cho biết:

- **Thuyết trình** đề cập đến khả năng của bạn để đưa ra một bài thuyết trình thuyết phục.
- **Hiển thị mức độ liên quan** là về việc cung cấp bằng chứng thuyết phục về việc khách hàng sẽ được hưởng lợi như thế nào khi mua hàng.
- **Cá nhân hóa** là khiến khách hàng hiểu và cảm nhận được giá trị của ưu đãi của bạn.
- **Gắn kết** là mời khách hàng tham gia tìm hiểu giải pháp họ tìm kiếm.

GIẢI QUYẾT VẤN ĐỀ của Khách hàng - [Giáo dục](#) & [Hợp tác](#)

Giáo dục Người mua

Dưới đây là một số lĩnh vực cần khám phá để cải thiện phần Giáo dục người mua:

- Bạn cần có thông tin và tài liệu đầy đủ
- Bạn cần sử dụng tốt các công cụ trình bày
- Bạn cần nói một cách tự tin và hiệu quả mà không cần hỗ trợ thuyết trình
- Bạn cần phản ứng chuyên nghiệp trước những phiền nhiễu/cắt lời
- Bạn cần thu hút người nghe trong bài thuyết trình của bạn bằng cách sử dụng ngôn ngữ thuyết phục
- Bạn cần pha trộn cử chỉ và lời nói phù hợp
- Bạn cần thay đổi tốc độ và phong cách để phù hợp với tình huống
- Bạn cần giữ sự chú ý để bắt đầu và kết thúc đúng giờ
- Bạn cần kỹ năng thuyết trình và thực hành chúng thường xuyên bằng cách duy trì liên tục hoạt động bán hàng
- Bạn cần thu thập và cung cấp bằng chứng về giá trị bạn đang mang đến cho khách hàng
- Bạn cần xây dựng quan hệ giữa thuyết trình với các mục tiêu, sở thích, ưu tiên, nhu cầu và giá trị của khách hàng
- Bạn cần nhấn mạnh vào khoảng cách giữa những gì khách hàng có và những gì họ nhận từ bạn
- Bạn cần định lượng số tiền chi trả cho khách hàng
- Xây dựng các đơn vị giá trị - lấy một trong những nhu cầu của khách hàng, đề xuất một tính năng bạn cung cấp, lợi ích có được từ tính năng đó, giá trị lợi ích cho khách hàng, bằng chứng rằng bạn có thể cung cấp giá trị đó, củng cố bởi thỏa thuận của khách hàng rằng điều này quan trọng với họ.

Hợp tác với Người mua

Dưới đây là một số lĩnh vực cần khám phá để cải thiện phần Hợp tác với người mua:

- Bạn dùng lợi ích và giải pháp hơn là tính năng
- Bạn trình bày các đơn vị giá trị được xây dựng trong quy trình “cho thấy sự phù hợp” của chúng
- Bạn minh họa quan điểm bằng những câu chuyện và ví dụ liên quan đến khách hàng của bạn
- Bạn đưa cho khách hàng xem để họ thấy giá trị nhận được
- Bạn sử dụng tên khách hàng và tên công ty của họ khi thấy cần thiết
- Bạn đề cập đến sản phẩm, con người và vấn đề địa phương hoặc hiện tại trong bản trình bày của bạn
- Bạn sử dụng từ ngữ của khách hàng khi trả lời câu hỏi
- Có được sự hỗ trợ của khách hàng để giúp bạn bán hàng
- Để khách hàng tham gia vào việc hoàn thành một số bước trong trình bày sản phẩm
- Thiết lập cuộc thảo luận đóng vai người đối diện để minh họa điểm cần nêu
- Bạn làm việc như một đối tác trong việc giải quyết vấn đề thay vì là một người thuyết phục
- Bạn đặt mình vào vị trí khách hàng của bạn và nói với tư cách là người ủng hộ họ
- Bạn dẫn dắt họ qua một loạt các câu hỏi để giúp họ tìm hiểu những lợi ích bạn có thể cung cấp
- Bạn và họ Làm việc cùng nhau để lập một kế hoạch
- Bạn giúp khách hàng tiềm năng trở thành người đại diện hiệu quả và biện hộ cho bạn nếu họ trình bày đề xuất của bạn cho người khác
- Bạn thu thập các tài liệu mà họ sử dụng để bán cho người khác thay mặt bạn

LƯU Ý:

Điểm số phần XÁC NHẬN

Đây là kết quả được tổng kết từ các câu trả lời của nhóm thuộc phần **XÁC NHẬN**:

Trong số 6 câu hỏi, nhóm bạn có:

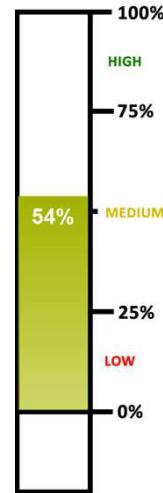
- 1.88 Câu trả lời phù hợp nhất
- 1.50 Câu trả lời phù hợp thứ nhì
- 1.63 Câu trả lời phù hợp thứ ba
- 1.00 Câu trả lời ít phù hợp nhất

XÁC NHẬN Giải pháp & Cam kết với việc Mua hàng

Những câu hỏi ở phần này đo lường:

- **Tóm tắt** là đưa ra các tóm tắt lợi ích và xác định các bước tiếp theo cho khách hàng
- **Đàm phán** chủ yếu là giải quyết các mối quan tâm của khách hàng mà không làm giảm giá
- **Hỏi** là yêu cầu rõ ràng về việc mua hàng và giúp người đó dễ dàng nói đồng ý
- **Xác nhận** là nhận được cam kết chính thức để mua.

Điểm số phần XÁC NHẬN



XÁC NHẬN [Xác nhận Giải pháp](#) & [Xác nhận việc Mua hàng](#)

Xác nhận Giải pháp

Đây là một số lĩnh vực nên khám phá để cải thiện phần Xác nhận Giải pháp:

- Bạn đưa ra tóm tắt lợi ích và minh họa giá trị thể hiện những gì khách hàng sẽ nhận được
- Bạn So sánh thống kê giữa sở hữu so với không sở hữu sản phẩm
- Bạn Xem xét các lý do mà họ nên mua
- Bạn loại bỏ những lo lắng còn sót lại thông qua trả lời hiệu quả với những phản đối và quan ngại
- Bạn có được quyết định mua từ những người khác có liên quan đến việc ra quyết định
- Bạn đạt được các thỏa thuận lớn và nhỏ và chính dẫn đến quyết định mua
- Bạn sử dụng các câu hỏi cho ý kiến, chốt thủ và xác nhận các chi tiết nhỏ hơn để giảm bớt việc hứa hẹn
- Bạn nên hợp tác trong việc tìm kiếm giải pháp hơn là việc tranh cãi với những điểm không cùng ý kiến
- Bạn sử dụng chiến thuật và ngoại giao một cách hiệu quả và xin lỗi khi cần thiết
- Đồng ý với những điểm nhỏ mà không để thủng lưới những điểm chính
- Bạn để khách hàng tiềm năng thắng thế trong một số vấn đề trong khi vẫn đứng vững trước những vấn đề khác
- Bạn so sánh ý kiến của bạn trong vấn đề khác nhau, vẫn lưu ý các thỏa thuận chung đạt được
- Bạn nên trả lời cho các mối quan tâm và câu hỏi phổ biến một cách có tổ chức
- Bạn nên có linh hoạt về giá cả, các điều khoản và điều kiện
- Bạn nên Lưu ý việc sử dụng các nhượng bộ kết hợp với cho đi
- Bạn Xem xét tác động của các thỏa thuận đối với các bộ phận khác và người khác

Xác nhận việc Mua hàng

Đây là một số phần cần khai phá giúp cải thiện Xác nhận mua hàng:

- Bạn Nhận biết tín hiệu mua hàng, biết cách xử lý và yêu cầu đặt hàng
- Bạn cần yêu cầu đơn đặt hàng một cách rõ ràng và ổn mà không làm tăng căng thẳng mối quan hệ
- Sử dụng các từ của khách hàng trong câu nói của bạn trước khi yêu cầu cam kết
- Bạn cần sự rõ ràng và ổn khi yêu cầu đặt hàng
- Bạn cho phép im lặng sau khi yêu cầu cam kết
- Sửa lại cách yêu cầu cam kết từ người khác để tăng sự tự tin của bạn
- Loại bỏ lời xin lỗi ngụ ý hoặc sự không chắc chắn khi bạn yêu cầu cam kết
- Bạn nên biết dùng từ nào có sức mạnh và từ nào không
- Bạn Giúp khách hàng dễ dàng đồng ý khi mua hàng
- Bạn Tóm tắt các thỏa thuận và nhận các cam kết bằng văn bản cụ thể
- Bạn tập hợp các chi tiết trước khi kết thúc cuộc gọi bán hàng
- Đo tỷ lệ chốt bán hàng của bạn (các cuộc gọi để bán hàng) và giá trị của mỗi lần bán
- Lấy chữ ký chính thức trên các tài liệu
- Lưu ý và xác nhận số thẻ tín dụng hoặc số tài khoản
- Lấy dữ liệu quan trọng như số an sinh xã hội, số đơn đặt hàng, v.v.
- Đảm bảo rằng khách hàng nhận thức đầy đủ rằng họ đã cam kết mua và họ biết số tiền, điều khoản và điều kiện mà họ đã đồng ý

LƯU Ý:

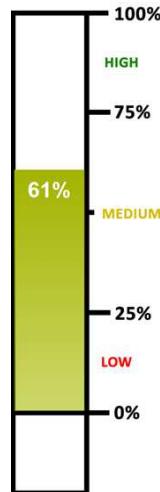
Điểm số phần ĐẢM BẢO

Những kết quả này là các câu trả lời của nhóm ở phần **ĐẢM BẢO**:

Trong 6 câu hỏi, nhóm bạn có:

- 2.38 Câu trả lời hay nhất
- 1.50 Câu trả lời hay nhì
- 1.13 Câu trả lời hay thứ ba
- 1.00 Câu trả lời ít phù hợp nhất

Điểm số
ĐẢM BẢO



ĐẢM BẢO Sự hài lòng hiện tại & Tính trung thành liên tục

Những câu hỏi ở phần này đo lường:

- **Đánh giá** là đưa ra một bản tóm tắt tại chỗ về giá trị của việc mua cộng với danh sách các bước tiếp theo.
- **Theo dõi** là giám sát việc giao hàng và các bước ban đầu trải nghiệm sở hữu sản phẩm.
- **Phục vụ nâng cao** là tăng giá trị sau khi bán hàng, tăng sự hài lòng của họ.
- **Phục hồi** là giải quyết trơn tru các vấn đề và duy trì lòng trung thành của khách hàng.

ĐẢM BẢO Sự hài lòng hiện tại & Tính trung thành liên tục

Đảm bảo sự hài lòng hiện tại

Dưới đây là một số lĩnh vực cần khám phá để cải thiện **Sự hài lòng hiện tại**:

- Định hướng khách hàng theo hướng sở hữu
- Cung cấp cho chủ sở hữu tài liệu, hướng dẫn sử dụng, hướng dẫn cơ bản, giới thiệu nhân viên dịch vụ, mẫu, hỗ trợ trong quy trình khởi động và lần sử dụng đầu tiên
- Yêu cầu khách hàng thực hiện một số chức năng với sự có mặt của bạn để tránh lỗi vận hành
- Tiến hành đánh giá tài khách hàng hàng năm với khách hàng hiện tại
- Hoàn thành báo cáo hiệu suất
- Nhận phản hồi từ khách hàng về trải nghiệm mua hoặc sở hữu của họ
- Tiến hành gọi lại để kiểm tra giao hàng hoặc sử dụng lần đầu
- Kiểm tra với những người khác trong công ty của bạn để đảm bảo rằng tất cả diễn ra như đã hứa
- Nhận phản hồi từ chủ sở hữu mới để cải thiện những trải nghiệm của họ ngay lập tức
- Làm thêm ít việc vượt quá mong đợi của khách hàng
- Sửa chữa ngay lập tức các vấn đề hoặc lỗi
- Làm cho khách hàng cảm thấy an toàn, được quan tâm và như thể họ đang nắm trong tay của một chuyên gia
- Cung cấp những gì bạn đã hứa
- Xác định niềm tin trong tương lai rất vững chắc

Đảm bảo sự trung thành liên tục

Dưới đây là một số điểm để giúp cải thiện Đảm bảo lòng trung thành liên tục:

- Bạn giữ cho mình các tiêu chuẩn dịch vụ cao bằng cách cho khách hàng thấy bạn quan tâm
- Bạn tìm cách để tăng sự hài lòng của khách hàng mà không nhất thiết phải phát sinh chi phí
- Bạn chia sẻ mẹo và ý tưởng mới để có nhiều chủ sở hữu hơn
- Bạn thực hiện các cuộc gọi dịch vụ trực tiếp vào dịp nào đó và thực hiện đánh giá khách hàng định kỳ
- Bạn nhắc nhở khách hàng về giá trị họ đang nhận được
- Bạn thể hiện với khách hàng rằng họ là gia đình kinh doanh của bạn và cho họ thấy điều đó
- Bạn tổ chức các sự kiện tri ân khách hàng
- Bạn thực hiện nâng cấp và tăng mua khi thấy thích hợp
- Giải quyết vấn đề nhanh chóng với con người trước rồi đến vấn đề sau
- Bạn dành thời gian để sửa lỗi và đưa ra lời xin lỗi chân thành khi cần thiết
- Bạn thể hiện sự quan tâm bằng cách lắng nghe đầy đủ trước khi trả lời
- Bạn nhắc lại từ ngữ và cảm xúc của khách hàng trước khi cố gắng giải thích vị trí của bạn
- Quan tâm tới phần cảm xúc của khách hàng khi gặp vấn đề về sản phẩm
- Bạn nhận lỗi về hành vi không phù hợp
- Mô tả cho khách hàng cách bạn hiểu tình huống khó xử của họ
- Cung cấp bồi thường phù hợp với lỗi
- Bạn làm những cử chỉ tượng trưng cho lời xin lỗi hoặc sự cảm thông
- Bạn thể hiện quan tâm và không chậm trễ khi làm những gì phù hợp để làm cho tình huống trở lại bình thường

LƯU Ý:

Điểm số phần QUẢN LÝ

Kết quả này được tập hợp từ các câu trả lời của nhóm ở phần QUẢN LÝ:

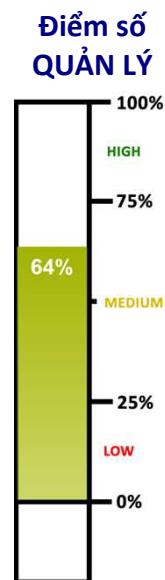
Trong số 6 câu hỏi, nhóm bạn có:

- 2.38 Câu trả lời phù hợp nhất
- 1.75 Câu trả lời phù hợp thứ nhì
- 1.13 Câu trả lời phù hợp thứ ba
- 0.75 Câu trả lời ít phù hợp nhất.

QUẢN LÝ Tiềm năng Bán hàng – Quản lý Bán hàng & Quản lý bản thân

Những câu hỏi ở phần này đo lường:

- Quản lý Nguồn lực là sử dụng công nghệ và các nguồn lực khác để cải thiện hiệu quả bán hàng
- Quản lý thông tin là lưu giữ và sử dụng hồ sơ bán hàng để quản lý bản thân hiệu quả.
- Tăng trưởng là học tập và cải thiện, trở thành một nguồn lực lớn hơn cho người khác.
- Động lực là về khả năng tự lãnh đạo, khiến bản thân bạn phải làm những gì cần phải làm, khi nào cần hoàn thành, cho dù bạn có cảm thấy thích hay không và vẫn làm tốt..



QUẢN LÝ tiềm năng bán hàng - [Quản lý Bán hàng](#) & [Quản lý Bản thân](#)

Quản lý bán hàng

Dưới đây là một số điểm có thể giúp cải thiện kỹ năng Quản lý bán hàng của Bạn:

- Bạn tiếp cận với người khác để tìm sức mạnh, trí tuệ và hỗ trợ
- Bạn quản lý thời gian một cách khôn ngoan, đặc biệt là biết và tôn trọng thời gian bán hàng chính
- Bạn tìm kiếm và sử dụng các nguồn lực như công cụ bán hàng, thiết bị thuyết trình, mô hình trình diễn, máy tính, phần mềm Quản lý quan hệ khách hàng hoặc phần mềm quản lý bán hàng tự động, công cụ thuyết trình trực tuyến, nguồn trong trang web của riêng bạn, dẫn chứng thực tế và nghiên cứu tình huống bán hàng thành công hoặc các ứng dụng sản phẩm
- Bạn giữ và xem hồ sơ bán hàng để cải thiện tỷ lệ cuộc gọi đến người liên hệ, tỷ lệ đến thuyết trình, tỷ lệ bán hàng, tỷ lệ lợi nhuận, tỷ lệ duy trì khách hàng, tỷ lệ đặt lại đơn hàng, tỷ lệ nâng cấp, v.v.
- Theo dõi chi phí bán hàng của bạn
- Nhận ra điểm mạnh và điểm dễ bị tổn thương của mình
- Quản lý điểm ưu tiên trong kinh doanh
- Giữ hồ sơ khách hàng tốt và giữ cập nhật thông tin
- Bạn theo dõi việc sử dụng trang web, hiệu quả của các chiến dịch gửi thư hoặc email trực tiếp, nguồn khách hàng tiềm năng, sản phẩm bán chạy nhất, khu vực tốt nhất để kiểm lợi nhuận, v.v.

Quản lý Bản thân

Đây là một số lĩnh vực cần khai phá giúp cải thiện phần Quản lý Bản thân:

- Luôn học tập suốt đời
- Thiết lập và theo dõi mục tiêu cá nhân một cách chuyên nghiệp
- Xây dựng tài sản chuyên nghiệp như danh tiếng, mối quan hệ, sự tin tưởng và đào tạo
- Phát triển tài sản tinh thần, thể chất, gia đình, xã hội, tinh thần, sự nghiệp, tài chính và tình cảm
- Theo dõi và tăng sự phát triển của bạn trong từng lĩnh vực
- Tập trung vào sự thăng tiến nghề nghiệp và thăng tiến xã hội
- Tu luyện các thói quen của người bạn muốn trở thành
- Duy trì một tư duy tích cực
- Cưỡng lại xu hướng kết quả đi ngang và vượt qua khủng hoảng bán hàng
- Xử lý sự từ chối hiệu quả
- Quản lý các ưu tiên cá nhân của bạn
- Giữ cho bản thân bạn năng động trong sự nghiệp của bạn
- Thủ thách bản thân bằng cách vượt qua giới hạn trước đây của bạn
- Vươn ra ngoài lợi ích của riêng bạn để phục vụ người khác
- Trở thành một người tốt hơn mỗi ngày
- Nâng các tiêu chuẩn mà bạn giữ cho mình
- Làm rõ ước mơ và mục tiêu của bạn và giữ chúng mỗi ngày
- Sử dụng các công cụ, thông tin và các mối quan hệ để giữ cho bản thân tốt nhất mỗi ngày
- Khuyến khích người khác thực hiện nhiệm vụ của mình để phát triển và thành công

LƯU Ý:

Cơ hội của Bạn

Chờ một phút!

Bạn nghĩ là Bạn đã hoàn thành, đúng không? Không nhanh như vậy đâu Bạn tôi ơi!

Mặc dù chúng tôi chúc mừng bạn đã dành thời gian để hoàn thành bài đánh giá IQ bán hàng của nhóm, nhưng chúng tôi chắc chắn rằng đây là điểm khởi đầu cho bạn và đội nhóm của bạn chứ không phải là đích đến. Nay giờ bạn đã đặt mình ra khỏi phần lớn những người bán hàng. Bạn đã đi sâu vào để khám phá những gì bạn biết về từng giai đoạn bán hàng và để so sánh các phương pháp tiếp cận của bạn với các bài học thực tiễn thành công nhất của người khác.

Nay giờ cuộc vui mới bắt đầu!

Bán hàng là một trong những nghề nghiệp thú vị và thú vị nhất trên Trái đất khi bạn tiếp cận nó với sự sẵn sàng làm việc với các kỹ năng mới và ham học hỏi. Nay giờ bạn đã phát hiện ra các bước trong việc bán hàng. Bạn nhận ra tám giai đoạn bán hàng và các kỹ năng trong đó.

Vì vậy, không giống như những người khác chỉ đọc một cuốn sách bán hàng hoặc đăng ký hội thảo bán hàng tiếp theo một cách ngẫu nhiên, bạn có thể "mổ xẻ" việc đào tạo bán hàng của mình. Bạn có thể cắt giảm khi không có nhu cầu và loại bỏ những cách không hiệu quả và sau đó thay thế chúng bằng các thực tiễn thành công đã được chứng minh.

Chúng tôi đã xây dựng và liên tục phát triển các nguồn tài liệu bạn sẽ cần cho từng khía cạnh bán hàng, từ tự quản lý đến xác nhận đơn hàng.

Có các liên kết trong toàn bộ báo cáo này để trang bị cho bạn nguồn tài liệu miễn phí, các bài học video và các đường link tài liệu khác để cải thiện doanh số hơn nữa.

Vì lợi ích của đội nhóm bạn, chúng tôi khuyên bạn nên chân thành khám phá các đường link này và nhấp vào những hiểu biết bán hàng được bổ sung trong những gì chúng tôi đã đưa cho bạn. Bạn đã có nếm trải sức mạnh kỹ năng mới trong bán hàng; Nay giờ chúng ta sẽ nâng tầm những kỹ năng đó lên vài bậc.

Cả ba chúng tôi đang phát triển hệ thống tài liệu bán hàng riêng biệt mỗi ngày. Bạn có thể học những gì chúng tôi đã học mà không cần phải nghiên cứu thêm. Chỉ cần kết nối với chúng tôi và kiểm tra mỗi tháng để có thêm tài liệu giá trị mới.

Chúc Bạn Thành công trong Bán hàng,

Jeffrey Gitomer

Tác giả của **The Sales Bible – Kinh thánh Bán hàng**

Jim Cathcart

Tác giả của **Relationship Selling – Bán hàng bằng mối quan hệ**

Dr. Tony Alessandra

Tác giả của **Non-Manipulative Selling – Bán hàng không gian xảo**

Tuyên bố Miễn trừ

Trắc nghiệm là một thước đo của những gì có thể được nhìn thấy hoặc tìm hiểu. Giá trị của chúng có thể rất lớn và hàng triệu người sử dụng chúng để đưa ra lựa chọn tốt hơn và có những hành động tốt hơn.

Công cụ này được trình bày để bạn sử dụng trong việc kiểm tra kiến thức của người dùng. Nó được thiết kế bởi các nhà lãnh đạo kinh doanh và các nhà giáo dục kỳ cựu, những người đã đạt được vị thế đáng kể trong các lĩnh vực của riêng họ. Các diễn giả chuyên nghiệp, các chuyên gia bán hàng và tiếp thị và các nhà nghiên cứu tâm lý đã tạo ra hơn 50 cuốn sách giữa họ và tiến hành đào tạo cho hàng ngàn tổ chức trên khắp thế giới. Họ đã, và vẫn là, các chuyên gia bán hàng. Chính từ nền tảng kinh nghiệm và trí tuệ tập thể này, Đánh giá IQ bán hàng (SIQ) này đã được tạo ra.

Thông tin trong báo cáo này không nên và không được sử dụng làm cơ sở duy nhất để xem xét lựa chọn cho vị trí việc làm hoặc công việc. Không nên hành động hoặc không hành động dựa trên bất kỳ thông tin nào trong báo cáo này. Tuy nhiên, hãy thoải mái sử dụng báo cáo này như một công cụ để thảo luận về nhiều khía cạnh của việc bán hàng áp dụng cho tình huống bán hàng theo cách nhìn của người thực hiện đánh giá này. Người đánh giá nên tham khảo lời khuyên chuyên nghiệp về bất kỳ vấn đề nào ảnh hưởng đến họ.

Báo cáo này trình bày kết quả Đánh giá IQ Trí thông minh bán hàng (SIQ). Thông tin trong đó là thông tin cá nhân, nhạy cảm, riêng tư và bí mật. Không có cam kết, tuyên bố hoặc áp đặt nào trong bản đánh giá Trí thông minh Bán hàng Sales IQ. Bạn chịu trách nhiệm hoàn toàn, và các tác giả, công ty đánh giá, đại lý, nhà phân phối, cán bộ, nhân viên, đại diện, công ty liên quan hoặc liên kết và người kế nhiệm và công ty yêu cầu bạn hoàn thành khảo sát này (THE GROUP), sẽ không chịu trách nhiệm về, (i) việc bạn sử dụng và áp dụng kết quả bản Đánh giá Sales IQ, (ii) tính đầy đủ, chính xác, sự giải thích hoặc tính hữu ích của Bản kết quả Đánh giá Sales IQ và (iii) kết quả hoặc thông tin được phát triển từ việc bạn sử dụng hoặc áp dụng bản kết quả Đánh giá Sales IQ. Bạn từ bỏ bất kỳ khiếu nại hoặc quyền truy đòi nào từ các khiếu nại chống lại NHÓM theo quyền riêng của bạn hoặc quyền khiếu nại của bên thứ ba chống lại NHÓM. Bạn sẽ bồi thường và giữ cho NHÓM vô hại trước mọi khiếu nại, trách nhiệm pháp lý, yêu cầu hoặc đơn kiện của bên thứ ba.

Việc từ bỏ và bồi thường đã nêu ở trên sẽ được áp dụng cho bất kỳ khiếu nại, quyền truy đòi, trách nhiệm, yêu cầu hoặc vụ kiện về thương tích cá nhân, thiệt hại tài sản, hoặc bất kỳ thiệt hại, mất mát hoặc trách nhiệm pháp lý nào khác, trực tiếp hoặc gián tiếp phát sinh với Bản Đánh giá Sales IQ, hoặc việc sử dụng, ứng dụng, tính đầy đủ, chính xác, giải thích, tính hữu ích hoặc quản lý của Bản Đánh giá Sales IQ, hoặc kết quả hoặc thông tin được phát triển từ bất kỳ việc sử dụng hoặc áp dụng bản Đánh giá Sales IQ nào, và cho dù có dựa trên nghĩa vụ hợp đồng hoặc trách nhiệm pháp lý (bao gồm cả sơ suất) hoặc cách khác. Trong mọi trường hợp, NHÓM sẽ không chịu trách nhiệm cho bất kỳ tổn thất lợi nhuận hoặc thiệt hại hậu quả khác, hoặc cho bất kỳ khiếu nại nào của bên thứ ba đối với bạn, ngay cả khi một hoặc nhiều thành viên trong NHÓM đã được thông báo về khả năng thiệt hại đó.