Phần 1: 7 tưu duy best seller

Bài 1: Niềm tin mạnh mẽ.

* Nguyên lý 3 điểm 10: điểm 10 về công ty, sản phẩm, bản thân.

Bài 2: Nâng cao ngưỡng chấp nhận.

Bài 3: Trở thành người giỏi nhất.

Bài 4: Học từ người giỏi nhất.

Bài 5: Biến bất lợi thành lợi thế.

Bài 6: Bán hàng là trò chơi của những con số.

* Quy luật 10 – 5 – 3 – 1.
* Gặp 10 khách hàng.
* 5 khách hàng quan tâm.
* 3 người đặt hẹn trình bày.
* 1 người chốt sale thành công.

Bài 7: Tưu duy ông chủ và hành động ngay thẳng, chính trực.

Cấp độ khách hàng: tò mò, tiềm năng, shopper, customer, member, advocate, raving fan.

Phần 2: Chiến lược bán hàng.

Bài 1: 6 tâm lý bán hàng cơ bản.

1. Mua vì 1 lý do duy nhất.
2. Luôn chằn chừ khi mua hàng.
3. Động cơ mua hàng. (2 động cơ: Nỗi đau – Sung sướng)
4. Bán hàng khi nói mua hàng khi im lặng.
5. Bán hàng vì cảm xúc.
6. Khách hàng hỏi lại bạn.

Bài 2: Mô hình DISC trong bán hàng.

D: Nhóm người thống trị. Đi thẳng vào vấn đề chính. Giọng mạnh.

I: Nhóm người ảnh hưởng. Xây dựng mối quan hệ. Giọng thoải mái.

C: Hướng nội, công việc. Trình bày chi tiết và họ đồng ý. Giọng từ tốn.

S: Hướng nội, con người. Logic. Đặt nhiều câu hỏi.

Bài 3: 7 bí quyết sát thủ.

1. Đặt ra mục tiêu hàng ngày.
2. Vượt mục tiêu.
3. Xây dựng danh sách khách hàng tiềm năng.
4. Có được sự tự tưởng của khách hàng. (nguyên tắc 3 điểm 10)
5. Nhìn thẳng vào mắt khách hàng (Giọng nói có ngữ điệu với khách hàng, giọng nói đầy cảm xúc)
6. Là người làm việc chăm chỉ nhất.
7. Có kịch bản bán hàng.

Bài 4: 10 ngữ điệu bán hàng.

10% giọng nói, 45% giọng nói, 45% ngữ điệu

Kỹ thuật xử lý hơi thở. (hít vào bụng phình ra và thở ra ngược lại)

Kỹ thuật xử lý âm thanh. (hít vào nít thở 5s và xi ra như tiếng bơm xe)

Kỹ thuật đọc lên giọng và xuống giọng. (x s – ? f j ) (Đây là Đài tiếng nói VN Phát thanh từ HN Thủ đô nước Cộng Hoà XhCnVN)

* 10 ngữ điệu bán hàng: ngữ điệu sự chắc chắn, sự chân thành, sự tò mò, sự khan hiếm, câu hỏi và khẳng định, money aside, sự hiển nhiên, sự quan tâm, I feel your pain, vòng lặp.

Bài 5: 10 pp xây dựng Database.

1. Phục vụ trước tiên.
2. Cold Calling.
3. Sử dụng net working.
4. Tham sự các hiệp hội.
5. Sử dụng hệ thống high frequency.
6. Sử dụng social và email.
7. Sử dụng hệ thống bảng tin.
8. Sử dụng quảng cáo và PR.
9. Trở thành người nói trước đám đông.
10. Đào sâu khách hàng.

Bài 6: Chuẩn bị gọi điện.

* 3 mục tiêu trước khi gọi điện:
* Gọi điện đặt hẹn.
* Xây dựng mối quan hệ.
* Gọi điện thoại chốt sale.
* Thời điểm bán hàng:
* Đầu giờ sáng 7h – 8h.
* Gọi vào buổi trưa.
* Thời điểm 16h30 – 17h.
* Thời điểm 18h – 21h.
* Thời điểm cuối tuần.
* Những ngày nghĩ lễ.
* Những ngày trời mưa, thời tết xấu.
* Thời điểm sau khi bạn chốt đơn.

Bài 7: Kịch bản đặt hẹn.

B1: Thiết lập hình ảnh chuyên gia trong 4s đầu tiên thể hiện sự sắc sảo, thông minh.

B2: Thiết lập mối quan hệ với khách hàng. (VD: e có kết bạn với a qua face e biết a bán thuốc phải ko a)

B3: Thu hút sự chú ý khách hàng trong 15s đầu tiên (đưa từ “miễn phí” vào sẽ gây được sự thu hút) (anh có quan tâm đến giải pháp giúp anh…)

B4: Tạo ra sự thú vị của bạn và khơi gợi sự quan tâm của khách hàng, lúc này bạn tóm tắt sản phẩm từ 2 đến 3 câu đầu tiên.

B5: Yêu cầu 1 cuộc hẹn.

B6: Em có thể nói cụ thể qua điện thoại được ko bạn có thể nói như sau e có thể nói cho a nghe như có một vài thứ cần xem tận mắt mới được ạ, e chỉ cần 10 phút cho a xem giải pháp này sau đó a tự quyết định có sử dụng giải pháp của em ko ạ, khoảng thời gian nào thì tiện ích cho a ạ. Em có thể gửi qua email được ko, dạ vâng tất nhiên là được nhưng độ tin cậy email ko tốt lắm a ạ à hay e mang tài liệu đến văn phòng cho a xem được ko ạ, 9 giờ sáng mai a có mặt văn phòng ko ạ, a cũng ko biết có thời rãnh ko nữa, trên tay e có cuốn lịch làm việc a có cuốn lịch làm việc ko ạ có việc gì đó hả e, e xin phép sắp xếp với a cuộc hẹn trước được đấy ạ, 9h sáng thứ 2 tuần sau e sẽ qua gặp a để cho xem cái giải pháp này được chứ ạ.

B7: Xác nhận cuộc hẹn. (9h sáng tuần sao địa chỉ này đúng ko ạ, e cảm ơn)

Phần 3: 10 bước chốt sale thành công.

B1: Tạo hình ảnh chuyên gia trong 4s đầu tiên.

Sắc sảo, thông minh, nói vừa, nhiệt tình, máu lửa.

B2: Thiết lập được cầu nói với khách hàng.

Nhắc bạn và khách hàng biết nhau như thế nào.

Giới thiệu công ty bằng hai câu hay nhất.

B3: Tạo sự chú ý với khách hàng.

Viết ra câu gây sự thu hút khách hàng. (miễn phí, giải pháp)

B4: Thu thập thông tin khách hàng.

Xin phép hỏi câu hỏi nhanh.

Những câu hỏi:

Khách hàng trả lời yes.

Câu hỏi yes or no.

Tìm hiểu cá nhân khách hàng.

Nỗi đau và vấn đề.

Mục tiêu và mong muốn khách hàng.

Niềm tin hạn chế khách hàng.

Tìm hiểu khả năng chỉ trả của khách hàng.

Kiểm tra sự hiểu biết của khách hàng.

B5: Trình bày giải pháp.

B6: Yêu cầu khách hàng đặt hàng.

B7: Tạo cho khách uy tín về công ty của bạn.

Kể ra những câu chuyện về những khách hàng thành công.

B8: Quà tặng cho khách hàng.

B9: Đưa ra mức giá không thể cưỡng lại được.

B10: Cam kết bảo hành.

Bài: Xử lý từ chối.

D: là nỗi đau.

V: là tầm nhìn.

F: là hành động đầu tiên.

R: là rào cản.

Tăng D,F

Đồng ý với khách hàng.

Những từ trong phần xử lý từ chối: Hầu như, Bởi vì, Chỉ, Đầu tư.

Những cụm từ trong phần xử lý từ chối:

* Điều tuyệt vời của chương trình là ở chỗ…
* Nếu em là cố vấn của anh thì…
* Trong…thì…Còn trong… thì…
* Điều quan trọng nhất đó là…

Những từ trong phần chốt sale:

* Điều này nghe hợp lý chứ ạ?
* Đúng rồi anh ạ.
* Đây khoản đầu tư rất nhỏ ạ?
* Điều đó chắc chắn anh ạ.

Ko trả lời quá ba lần từ chối.

Ko trả lời trực tiếp vào câu nói từ chối của khách hàng

* Liên tục củng cố lợi ích.
* Liên tục đo lường.
* Liên tục đưa ra giải pháp.

Phần 5: Xây dựng đội nhóm Telesale

Bài: Sơ đồ quy trình bán hàng.

Sử dụng trợ lý ảo và thật.