Phần 1: Đào tạo chiến binh bán hàng.

Bài số 1: Tầm quan trọng của đào tạo.

* Đào tạo là khoản đầu tư giúp doanh ngiệp phát triển lên đừng nghĩ đào tạo là khoản chi phí, khi ta đào tạo được những lợi ích sau:
* Đội ngũ nhân viên giỏi.
* Kiến thức nền tảng về bán hàng.
* Nhân tố kế thừa tương lai công ty.
* Là hạt nhân xây dựng nhân viên mới.

Bài 2: Nguyên tắc lặp đi lặp lại.

5% kiến thức thành 95% tiềm thức.

Bài 3: Nguyên tắc 3 điểm hội tụ bán hàng

* Điểm hội tự thứ nhất: (Yêu mến công ty)

(Tại sao họ ở đây? Tại sao cống hiến cho công ty? Cho họ yêu thích công ty?)

* Điểm hội tụ thứ hai: (Yêu mến sản phẩm)

Có kiến thức cơ bản:

* + Công ty
  + Sản phẩm
  + Bán hàng
* Điểm hội tụ thứ ba: (Sự tự tin)

Bài 4: Nguyên tắc liên tục và gia tăng thử thách.

* Liên tục đào tạo.
* Gia tăng thử thách cho nhân viên.
* Tìm mọi cách thúc đẩy nhân viên.
* Liên tục gia tăng thử thách.

Bài 5: Giáo trình đào tạo thông minh.

* Xây dựng một lần dùng được nhiều lần, cải tiến lên, dùng phần nềm IT, giúp tỷ lệ bán hàng tăng, thiết kế ra bộ câu hỏi, giáo trình được lặp đi lặp lại và time ít hơn hiệu quả cao.
* NGHE 5% XEM 30% THỰC HÀNH 75% GIẢNG LẠI 95%
* Tư vấn lại làm quen hơn.
* Đào tạo kiến thức cơ bản công ty.
* Hãy làm cho nhân viên quan sát.
* Làm việc cùng nhân viên.
* Hỗ trợ cho nhân viên làm.

Bài 6: Giáo trình đào tạo sản phẩm.

* 9 bước đào tạo sản phẩm:
  1. Tìm hiểu về tên sản phẩm và ý nghĩa logo.
  2. Tìm hiểu về công năng lợi ích.
  3. Tìm hiểu về nguồn gốc chất lượng.
  4. Tìm hiểu về giá cả ưu đãi.
  5. Tìm hiểu về thành phần mẫu mã kiểu dáng bao bì.
  6. Tìm hiểu về hướng dẫn sử dụng.
  7. Tìm hiểu về đối tượng sử dụng.
  8. Tìm hiểu về chế độ bảo hành.
  9. Tìm hiểu về dịch dụ hậu mãi.

Bài 7: Giáo trình đào tạo bán hàng.

* Điều gì quan trọng nhất trong kinh doanh? Khách hàng là quan trọng nhất.
* 4 điểm hội tụ đến khách hàng mua hàng: có nhu cầu, có quyền quyết, có tiền, có cần ngay hay ko.
* 30% khách hàng dễ tính, 40% khách hàng dễ thuyết phục, 20% khách hàng khó tính, 10% khách hàng ném đá (tập trung khách hàng 30% và 40%)

Bài 8: 5 lưu ý cần thiết khi đào tạo.

1. Đào tạo về đối thủ cạnh tranh.
2. Đào tạo về từ chối, giao tiếp, cách ăn mặc, chọn vị trí.
3. Setup các mục tiêu cho cá nhân.
4. Setup về quy định, quy trình, hướng dẫn, chuẩn bị.
5. Đào tạo mọi múc mọi nơi.

Phần 2: Quy trình bán hàng.

Bài 9: Quy trình bán hàng.

Liệt kê từng bước một trong quy trình.

VD:

B1: Tìm kiếm thông tin khách hàng.

B2: Sàng lọc khách hàng.

B3: Đặc hẹn khách hàng.

B4: Gặp mặt tư vấn và chăm sóc khách hàng.

Bài 10: Công cụ bán hàng và tài liệu hướng dẫn.

Phải cụ thể hoá thành văn bản biểu mẫu.

Bài 11: Tối ưu quy trình bán hàng.

VD:

Thông tin khách hàng.

Hẹn gặp khách hàng.

Tư vấn chốt sale.

Chăm sóc khách hàng.

Tối ưu kịch bản bán hàng.

Tập trung lợi ích giá trị khách hàng.

Phần 3: Văn hoá phòng kinh doanh.

Bài 12: Văn hoá kinh doanh (giao tiếp, điện thoại, email, ăn mặc)

Bài 13: Văn hoá gia nhận việc – deadline

* Mục tiêu
* Tiến độ
* Kết quả

(Phản hồi ngay lập tức nếu có chuyện đột sức)

Bài 14: Văn hoá chủ động và công bằng.

4 bước chủ động công việc:

B1: Viết vấn đề ra giấy.

B2: Liệt kê nguyên nhân ra giấy.

B3: Đề xuất ra giải pháp.

B4: Tự xử lý công việc.

Bài 15: Văn hoá doanh nghiệp tạo môi trường công bằng.

SEO là người kiếm tiền bằng tài năng và năng lực của mình (thương trường là chiến trường, dừng lại là thụt lùi)

Trung thực là yếu tố đầu tiên trong văn hoá kinh doanh.

Phần 4: Quản trị và lãnh đạo.

Bài 16: Quản trị là gì? Vai trò và kết quả của quản trị.

* Đạt được kết quả thông qua người khác gọi là quản trị.
* Một người quản trị xuất sắc là ko ngừng học hỏi, nhân viên chính là khách hàng.
* Tâm lý con người.
* Nhìn nhận con người.
* Quản trị con người.

Bài 17: Đo lường và đánh giá hiệu quả.

* Chó hoang là người có thành tích tốt như như ko tuân thủ nội quy, chó săn có thành tích tốt và tuân thủ nội quy, thỏ trắng hiệu quả thấp như nghe lời (đầu tiên nên loại bỏ thỏ trắng sau khi ổn định loại bỏ chó hoang)
* Lợi nhuận, độ phủ thị trường, sự an toàn.

Bài 18: Dùng và giữ nhân tài.

* Dùng người ảnh hưởng. (VD: người vợ của nhân viên, gia đình họ)
* Dùng trái tim.
* Dùng tiền.

Bài 19: Cơ chế tạo động lực.

* Nếu bạn muốn nhân viên mình tự nguyện làm việc thêm mà kiếm tiền cho công ty thì bạn phải chia phần trăm ít nhất là 30% cho họ nếu họ bán được thêm sản phẩm, và nhiều phần thưởng khác.

Bài 20: Bí quyết giữ lửa cho nhân viên kinh doanh.

* Lên tinh thần bằng một khẩu hiệu.
* Khen thưởng và tôn vinh.
* Đồng hành cùng nhân viên.
* Viết mục tiêu xây dựng kế hoạch từng nhân viên (SETUP MỤC TIÊU – LỘ TRÌNH)