

**Bán hàng bằng website**

**của mình**

Một website bán hàng đóng vai trò rất quan trọng giúp tăng doanh số bán hàng, giới thiệu sản phẩm đến khách hàng một cách nhanh chống và tiện lợi.

**Web** là một trong những công cụ bán hàng xuất sắc nhất mà một doanhnghiệp có thể có. Song ít có ai khẳng định trang web như một nhân viên bán hàng xuất sắc. Nắm bắt điều này và các doanh nghiệp sẽ thấy được nhiều kết quả khác biệt với công việc kinh doanh của mình.

Nếu nhìn nhận **trang web** của mình như một nhân viên bán hàng, doanh nghiệp sẽ bắt đầu nghĩ về nó với nhiều yếu tố khác biệt hơn là một công cụ đánh bóng sản phẩm, dịch vụ đơn thuần.

Doanh nghiệp bạn thậm chí muốn trang web được thiết kế tốt hơn, không khác gì mong muốn có được những nhân viên bán hàng hình thức bề ngoài lôi cuốn cho doanh nghiệp.

Việc chuyển trang web của doanh nghiệp thành một nhân viên bán hàng sẽ cần sử dụng những đặc điểm trực tuyến. Để giúp thực hiện nhiệm vụ này, hãng tư vấn quãng cảo Local Naion đặt ra bốn câu hỏi:

1. **Trang web** của doanh nghiệp có biết mọi thứ về hoạt động kinh doanh của

mình như một nhân viên thực thụ?

1. Doanh nghiệp có đánh giá thành công của trang web (hàng ngày, hàng tuần, hàng quý, hàng tháng hay thường niên)?

1. Doanh nghiệp có "đào tạo" trang web của mình về những vấn đề kinh doanh cơ bản, những xu hướng mới hay những thay đổi kinh tế trong thị trường hoặc môi trường kinh doanh quốc gia cho ngành công nghiệp của

doanh nghiệp?

1. Trang web của doanh nghiệp có tất cả các sản phẩm, dịch vụ hiện hành cũng như các yếu tố giá cả?

**Doanh nghiệp** bạn sẽ không bao giờ gửi một nhân viên bán hàng tới tiếp xúcmột khách hàng triển vọng nên không chắc chắn rằng nhân viên đó có tất cả các thông tin cần thiết. Vì vậy, một trang web khi được mong đợi là một nhân viên khách hàng cũng cần có đầy đủ các thông tin cần thiết.

Chẳng hạn, nếu doanh nghiệp đang bán dòng sản phẩm túi xách tay và khăn quàng cổ phụ nữ, nhân viên bán hàng sẽ cần miêu tả được cho khách hàng về loại vải, bạn sẽ cần miêu tả được chất lượng vải và cho khách hàng thấy túi xách từ tất cả các góc độ, nói rõ loại nào giặt được bằng máy, loại nào thì không. Quy trình tương tự cần được áp dụng vào trang web của doanh nghiệp.

Các nhân viên bán hàng cũng dành nhiều thời gian để lắng nghe các nhu cầu, và mối quan tâm của khách hàng trước khi bán sản phẩm hay dịch vụ. Từ đó, trang web của doanh nghiệp cần có tính năng thu thập ý kiến, mối quan tâm của khách hàng với những nhiệm vụ tương tự.

Trong khi **xây dựng trang web** của mình, các doanh nghiệp hãy quan tâm tới suy nghĩ của khách hàng. Chuẩn bị sẵn sàng cho việc cập nhập trang web của doanh nghiệp với mọi thay đổi, bổ sung cho phù hợp từng đối tượng khách hàng.

Chẳng hạn, nếu khách hàng của doanh nghiệp là những người lớn tuổi, chắc hẳn không thích hợp với nội dung được thể hiện trong phông chữ nhỏ (rất khó để người lớn tuổi có thể đọc) và cách bố trí phức tạp (những gì mà người trẻ có thể thích thú).

Trong cuốn sách "**10 điều phải có với một website**", chủ hãng tư vấn web trực tuyến of Smallbiztechnology.com, Ramon Ray cho rằng một trang web cần phải được thiết kế thích hợp với đặc điểm kinh doanh nhằm giúp đỡ doanh nghiệp bạn đảm bảo rằng "nhân viên bán hàng" quan trọng nhất này của bạn có đủ các kỹ năng để lôi cuốn được khách hàng mua sản phẩm, dịch vụ.

Theo cách tương tự, doanh nghiệp sẽ mong đợi các nhân viên bán hàng của mình có được những kỹ năng mới và các công ty bán hàng mới từ năm này qua năm khác. Những mong đợi này cần đúng với trang web của doanh nghiệp nữa.

Các nhân viên bán hàng trong thập niên 80 của thế kỷ trước có thể phải mang túi đựng những mẫu sản phẩm khi tiếp xúc khách hàng, còn ngày nay họ sẽ mang theo chiếc laptop và cung cấp cho các khách hàng đĩa DVD đầy đủ hình ảnh các sản phẩm mẫu.

Đây là lợi thế của trang web khi khách hàng có thấy ngay được hình ảnh của những sản phẩm mẫu. Điều quan trọng là doanh nghiệp cần chú ý tính đa dạng về mặt hình ảnh của những sản phẩm này trên trang web.

Doanh nghiệp bạn thậm chí có thể quan tâm tới bổ sung một avatar (hình ảnh đại diện mang dáng người) vào trang web để tăng thêm "yếu tố con người". Avatar có thể chào mừng khách hàng, hỏi các câu hỏi và hướng khách hàng tới những nơi của trang web mà họ có thể quan tâm tới. SitePal là một trang web chuyên cung cấp công nghệ kiểu này.

Việc áp dụng cho trang web nhiều công nghệ thông minh giúp này giúp nhân viên bán hàng biết được khi nào khách hàng vào trang web và những nơi nào họ ghé thăm hoàn toàn có thể đem lại những lợi ích cho doanh nghiệp. Trang Genius.com cung cấp các bộ công cụ bán hàng thông minh để bổ sung cho trang web của doanh nghiệp.

Bên cạnh đó, doanh nghiệp bạn không thể bỏ qua những phương thức giao tiếp tới khách hàng, bảo đảm các khách hàng có thể giao tiếp với doanh nghiệp cũng như giao tiếp với các khách hàng khác. Đây chính là đặc tính quan trọng của Web.

Và một blog là cách thức tốt nhất để bắt đầu việc này. Những nơi như Word Press, Movable Type, Type Pad và Blogger là các lựa chọn để khởi động hoạt động tiếp thị và bán hàng qua một blog.

Hãy nhớ rằng, trang web hoàn toàn có thể là một trong những tài sản bán

hàng tốt nhất mà các doanh nghiệp có được, nếu không muốn nói là tốt nhất. Khi được nuôi dưỡng và chăm sóc cẩn thận, trang web sẽ giúp thúc đẩy doanh số bán hàng và tăng trưởng kinh doanh, không kém phần một nhân viên bán hàng tài năng.