

Series về kiến thức bán hàng rất đặc biệt dành cho dân sale tham khảo : 22 quy luật bán hàng bất biến mà khách hàng sẽ rút ví mua hàng của bạn nếu bạn làm được:

1. Khi khách hàng ngại từ chối : Nhân viên bán hàng tạo ân tình hay quan hệ nào đó khiến khách hàng mua hàng của bạn vì nể nang và ủng hộ.

Kỹ thuật này nhân viên bán hàng thường tập chung thân quen với khách hàng trước – hay áp dụng với chăm sóc khách hàng Spa hay bất động sản thậm chí Bảo hiểm hoặc Thẻ tín dụng...

2. Kỹ thuật được voi đòi Hai bà Trưng hay Sói thò 1 chân vào cửa : Làm cho khách hàng chấp nhận một điều nhỏ nhất nào đó và sau đó nâng dần lên thành lời hứa sẽ mua hàng của bạn. Kỹ thuật này rất hay áp dụng cho telesales như mời tham gia VIP member khách sạn hay các Seminar hội thảo chốt sales....

3. Thuật chiều chuộng : Khách hàng ai cũng thích nịnh đầm và nghe những lời nói có cánh : Đặc biệt là 2 nhóm người với nhóm 1 là những VIP (đại gia) nhiều tiền nên rất hay khó tính và soi mói và 2 là nhóm nghèo rớt (nhóm teen) lần đầu được phục vụ như Vua nên cảm thấy sung sướng khi được chăm sóc ân cần.

Chính vì thế mà các quán ăn phục vụ tốt luôn đông khách

– Chúng ta thấy mấy năm nay mới có kiểu vào quán ăn mà thấy từ bảo vệ đến đầu bếp cúi rạp người mồm hô: Sa ma sẽ chứ ngày trước vài ăn mà ngồi 15 phút không thấy ai ra hỏi ăn gì !

–Các khách sạn 5 sao hay Vé Business Hàng không vẫn được nhiều VIP thích chọn để chi tiêu dù giá mắc gấp 10 lần bên ngoài chỉ vì muốn được chiều chuộng là như vậy.

Chuỗi quy luật Bán hàng cao cấp :

+ **Quy luật thứ 4 : Quy luật xếp hạng đẳng cấp :** Sale sẽ thuyết phục khách hàng rằng nếu khách hàng không dùng sản phẩm đó thì khách hàng sẽ không thuộc về một Level mà khách hàng đang mơ ước vươn tới.

Ví dụ như các sản phẩm Biệt thự cao cấp, đồ sang trọng hay như Iphone đời mới chẳng hạn – hầu hết các bạn gái trẻ tuy không có tiền nhưng sợ rằng nếu mình không dùng loại đó e rằng sẽ bị mất mặt khi đi chơi với bạn bè hay bạn trai mới.

Khi tư vấn mua xe ô tô cho 1 cán bộ , sau khi hỏi han về lý do mua xe và từ ban đầu chỉ là định mua Mercedes loại C giá 1.5 tỷ VND thì vị Sale đó đã bán được 1 con xe giá 2.5 tỷ mặc dù khách hàng phải vay Ngân hàng.

+ **Quy luật thứ 5 : Đầu tư 1 lần cho trót :** Sale sẽ thuyết phục khách hàng rằng nếu đã mua sản phẩm để cho người thân yêu quý hay vun đắp cho tổ ấm gia đình..... thì nên đầu tư vào 1 sản phẩm đáng giá chứ không nên mua 1 sản phẩm mau hỏng.

Chúng ta thấy ngay ở các Vùng quê – ngày xưa thường các thương hiệu Tivi nổi tiếng của Nhật Bản rất bán chạy – giải thích nguyên nhân là các gia đình nghèo thường được các nhân viên bán

30 Tuyệt chiêu bán hàng và gia tăng doanh

TV tư vấn là nên mua loại tốt cho nó bền – mặc dù đắt – và tâm lý thôi đã mua thì nên mua loại tốt nhất cho ăn chắc.

Ngay cả những Doanh nghiệp VN khi gọi thầu cũng bị thuyết phục bởi tâm lý như vậy, họ bị các Agency tên tuổi thuyết phục dễ dàng bởi kỹ thuật Đầu tư cho trót như thế mặc dù sự thật thì dễ phù hợp với SME – các freelance có thể làm tốt hơn.

+ Quy luật thứ 6 : Tâm lý muốn tự thưởng cho nỗ lực bản thân : Khách hàng bị sale moi móc thông tin về những quá trình làm việc vất vả, cam go hay cuộc sống trải qua nhiều thăng trầm (Thật ra hầu như ai cũng cảm thấy thế) sau đó gợi ý là ngày nay thành công rồi – nên tự thưởng cho những gì mình đã đạt được, lúc đó khách hàng rung rức cảm động và chi đậm để tự thưởng cho chính họ.

Cách bán Biệt thự cao cấp, xe sang, Nghỉ dưỡng sang trọng, món ăn ngon, điện thoại hay đồ trang sức cao cấp... đều có thể dùng kỹ thuật này để thuyết phục.

Phần 3: Các quy luật Bán hàng đánh trúng tâm lý khách hàng một cách dễ dàng.

☆☆ Quy luật thứ 7 : Khách hàng thích dùng thử một sản phẩm mới lạ với giá tiền trong "Khung thử" ☆☆

➤ Ở Việt Nam có 3 loại khung thử là dưới 399k, dưới 999K và dưới 2,999k dành cho 3 phân khúc khác nhau. Bạn có thể tự nghiệm xem "Khung thử hàng" của mình là mức nào.

Khung thử là gì? Là mức chi tiêu mà bạn không mấy khi quan tâm về giá. Tức là bạn sẵn sàng mua nó ngay nếu thấy nó mới lạ và độc đáo.

Vì quy luật này nên Facebook ads đang đầy rẫy các sản phẩm độc lạ nhập từ 1688 về bán ở VN trong khung giá này và họ bán rất chạy. Hiện đa số các sản phẩm bán vắng lai trên facebook đều định giá trong Khung thử này và nếu bạn target chuẩn thì bán hàng rất tốt.

➤ Chính vì thế các sản phẩm đắt tiền khó bán luôn CHÈ sản phẩm xuống dưới mức giá "Khung Thử" nhằm cho khách hàng dính bẫy này. Ví dụ như Bán Biệt Thự giá 20 tỷ thì chẻ ra thành gói Ở thử nhà Biệt thự 1 đêm giá chỉ có 2.999.000 VND.

➤ Khi bạn bán sản phẩm Triệt lông vĩnh viễn giá 12 triệu thì khó bán nên Break ra thành giá triệt thử 1 lần trị giá 399K.

☆☆ Quy luật thứ 8 : Khách hàng sẽ muốn mua nếu được chứng minh rằng họ đang mua với giá hời thậm chí mặc dù sản phẩm đó không có ích gì cho họ. ☆☆

Tận dụng tâm lý này nên chúng ta thấy ở VN đâu đâu cũng giảm giá tẹt ga, thanh lý, dọn kho, sales off và nếu không giảm giá thì khách hàng sẽ lại không muốn mua hàng.

Tuy nhiên giảm giá luôn là 1 sai lầm của bán hàng. Để chứng minh là khách hàng đang mua với giá hời thì phương pháp giảm giá tràn lan sẽ khiến khách hàng cảm thấy sự giảm giá đó là ảo mà không hề giảm thật.

➤ Cách để tạo ra sự hời này luôn phải kèm theo kỹ thuật : Tạo ra lý do giảm giá hoặc kỹ thuật thay giảm bằng quà tặng giá trị và đặc biệt là thuật khan hiếm : giá hời này chỉ xảy ra với duy nhất khách hàng đó hoặc thời điểm hay số lượng đó. (Tham khảo 100 tuyệt chiêu giảm giá tặng quà của tôi)

Những kỹ thuật tạo ra sự Hồi:

1. Các lý do giảm giá từ sự kiện như Black Friday hay Online Friday hoặc các sự kiện bất chợt như Tuần Hà tới thăm shop hay Trời tự dưng có gió rét.
2. Các lý do giảm giá do lỗi nhỏ.
3. Các lý do giảm giá do thu hồi vốn.
4. Sự khan hiếm cho một số trường hợp
5. Trợ giá hay quà từ hãng.
6. Lý do sản phẩm hay cửa hàng mới khai trương.
7. Lý do hồi do được giá buôn gốc

☆☆ Quy luật thứ 9 : Quy luật về So sánh tạo niềm tin tức thời. ☆☆

Tâm lý khách hàng sẽ mua hàng nếu khách hàng được chứng kiến demo sự so sánh về tính năng tác dụng hiệu quả của sản phẩm mình đem bán. Colgate khi quảng cáo kem đánh răng của họ đã gõ thìa inox lên 2 mô hình răng và 1 bên bị bể vỡ là dùng loại kem khác và 1 bên dùng Colgate thì hoàn toàn cứng chắc.

So sánh có hiệu quả cực lớn để Upsale : nâng cao giá trị đơn hàng trên 1 khách hàng.

Khi bán căn hộ cũng vậy, ban đầu khách định mua căn 73m2 nhưng khi được dẫn đi xem nhà mẫu và nghe sales phân tích so sánh thực tế thì khách đã căn rằng mua căn 95m2 mặc dù họ đang phải vay ngân hàng.

Trong kỹ thuật Chim mồi : áp dụng một sản phẩm làm mồi để làm so sánh đã làm doanh số đơn hàng lớn tăng vọt so với đơn hàng nhỏ. Chúng ta hãy xem thuật Chim mồi + So sánh như nào nhé:

Khóa học Marketing : 5 triệu vnd

Khóa học 22 quy luật sales : 2 triệu

Khóa học Marketing + Khóa học 22 quy luật sales: 5 triệu.

Khi chạy quảng cáo với nội dung trên thì 80% đã mua khóa học Marketing + Sales và nếu bỏ đi Khóa thứ 3 này thì rõ ràng hầu hết chỉ mua khóa học rẻ nhất.

➤ Một ví dụ khác

Khi bán phần mềm CRM cho khách hàng tôi đề : Miễn phí và loại có phí là 100k và 500k 1 tháng mà không có bảng so sánh tính năng bằng visual thì 98% dùng miễn phí và 2% đăng ký loại 100k

Tôi liền đổi sang việc trước khi đăng ký miễn phí phải qua xem bảng so sánh giá và tính năng trước

Miễn phí : 3 tính năng

200k 1 tháng : 6 tính năng

500k 1 tháng : 100 tính năng.

Sau khi làm bảng so sánh để khách đăng ký thì lạ kỳ 23% đã mua loại 500k 1 tháng, 1% mua loại 100K và 76% là đăng ký miễn phí. Các bạn thấy sự diệu kỳ của kỹ thuật so sánh để Upsale hay chưa?