Tiếp cận khách hàng tiềm năng bằng điện thoại

Tiếp cận khách hàng tiềm năng bằng điện thoại là kỹ năng không thể thiếu trong <u>kỹ năng bán hàng</u>.

Biết cách lựa chọn thời điểm để gọi điện cho khách hàng tiềm năng cũng là một nghệ thuật và là một **kĩ năng** một nhân viên bán hàng cần có. Hơn nữa, không phải lúc nào nhân viên cũng cố gắng bán được hàng bằng mọi giá, mà cần phải nhớ rằng mục đích của các cuộc điện thoại tới khách hàng là thu thập thông tin về khách hàng, khơi gọi nhu cầu mua hàng và sắp xếp,quản lý lịch hẹn,lịch gọi với khách hàng bằng phần mềm CRM.



Những thông tin về lịch gọi điện,thời gian gọi điện,nội dụng gọi điện là gì,nhân viên nào gọi...sẽ được lưu trữ trong phần mềm CRM. Giúp nhân viên bán hàng tiết kiệm thời gian trong việc gặp gỡ và chính phục khách hàng.

- Mục tiêu chính của việc gọi điện tiếp cận kiểu "doanh nghiệp đến doanh nghiệp"
 là để sắp xếp một cuộc hẹn, đúng hay sai?
- Đánh giá khách hàng trước khi thực hiện cuộc gọi là không quan trọng, mọi nhân

viên bán hàng đều muốn sắp xếp càng nhiều cuộc hẹn càng tốt, đúng hay sai?

• Khi để lại lời nhắn, càng ít thông tin càng tốt, đúng hay sai?

Hãy đọc 12 câu hỏi trong bài kiểm tra về gọi điện cho **khách hàng tiềm năng**. Những câu hỏi này được phát triển dựa trên những thông tin trong quyển sách được Dale Carnegie đặc biệt viết về gọi điện cho khách hàng tiềm năng bằng chính kinh nghiệm của ông khi cung cấp các chương trình huấn luyện **kỹ năng bán hàng** toàn cầu. Nếu bạn hiểu đúng mục đích của việc gọi điện cho khách hàng tiềm năng, bạn có thể cải thiện khả năng phản hồi và bắt chuyện.

Bài kiểm tra dạng đúng sai này có thể giúp làm sáng tỏ những hiểu biết sai lệch và nhầm tưởng về gọi điện cho khách hàng tiềm năng. Chúng tôi dựa trên những câu trả lời hợp lý trong các cuộc nghiên cứu được ghi chép trong các quyển sách viết về gọi điện cho khách hàng tiềm năng và cả những kinh nghiệm thực tế trong vai trò nhà cung cấp các chương trình huấn luyện **kỹ năng bán hàng** toàn cầu.

Luôn nhớ trong đầu một điều rằng, một số câu hỏi chúng tôi nêu ra ở đây có thể sẽ có câu trả lời hợp lý khác nhau trong một số trường hợp đặc biệt. Và dĩ nhiên, những câu trả lời ở đây được dựa trên những tình huống chung và tổng quát nhất.

1. Mục đích chính của việc gọi điện tiếp cận kiểu "doanh nghiệp đến doanh nghiệp" là để sắp xếp một cuộc hẹn.

Đúng: Người bán hàng thường mắc phải sai lầm khi cố gắng bán tất cả những gì có

thể ngay trong lúc gọi điện. Đây thật sự là một sai lầm chết người. Chỉ bán từng thứ một mà thôi. Nếu khách hàng sẵn lòng tiếp chuyện, hãy tập trung vào việc sắp xếp một buổi gặp mặt.

2. Thường kết quả tốt của cuộc gọi tiếp cận khách hàng mục tiêu là lời giới thiệu tới khách hàng khác?

Sai: Lời giới thiệu là biểu hiện của việc bạn không thể sắp xếp được cuộc hẹn nào cả.

3. Đánh giá khách hàng trước khi thực hiện cuộc gọi là không quan trọng. Mấu chốt là làm sao có được nhiều cuộc hen nhất có thể.

Sai: Hãy tiết kiệm thời gian của bạn và khách hàng bằng cách đánh giá thật kỹ trước khi sắp xếp và đi đến buổi hẹn với khách hàng.

4. Bạn nên để lại lời nhắn cho người mua khi bạn nhắn vào hộp thư thoại.

Đúng: Đừng bao giờ bỏ lỡ cơ hội nói về những ấn tượng tích cực về bạn và công ty. Luôn nhớ rằng, nhiều người luôn thắc mắc, bạn gọi để làm gì nếu không để lại lời nhắn?

5. Hầu hết nhân viên bán hàng sẽ không gọi nữa, sau khi đã thử bốn lần.

Đúng: Thật không may là nhân viên bán hàng hầu hết đều bỏ qua khách hàng đó sau bốn lần gọi.

6. Sau khi thực hiện được một số lượng cuộc gọi chắc chắn, thì không nên quá quan trọng việc duy trì thành tích hiệu quả làm việc của bạn.

Sai: Hầu hết mọi người đều ghét công việc giấy tờ và duy trì thành tích, nhưng đó lại là cách duy nhất để nhận biết công việc đang tiến triển. Và một số điều có thể không làm được trong năm nay, nhưng nó không có nghĩa trong tới hay thậm chí tuần tới nó cũng vậy.

7. Luôn kết bạn với "người chốt cửa".

Sai: Có môí quan hệ tốt với "người chốt cửa" có thể là ưu thế đôí với nhân viên bán hàng. Những người này có thể giúp bạn có được cái nhìn tích cực trong mắt khách hàng. Vì vậy hãy luôn thật thân thiện với "người chốt cửa", nhưng không nhất thiết phải trở thành bạn của họ. "người chốt cửa" có thể biết bạn muốn gì và nghi ngờ bạn đang lợi dụng họ, hoặc có khi họ chẳng có tí tác động nào đối với những người ra quyết định của công ty đó. Hãy thật cẩn thận, đừng nghĩ rằng những gì bạn đang làm thật tuyệt, trong khi thật ra bạn đang lãng phí thời gian của chính mình và của họ.

8. Nếu một khách hàng không muốn nói chuyện, có thể là do vấn đề riêng tư của họ?

Sai: Bạn không thể nào biết một người khác đang nghĩ gì, khi chỉ mơi nói chuyện điện thoại. Nhớ rằng, đừng đừng quan tâm đến vấn đề cá nhân của khách hàng.

9. Khi để lại lời nhắn bằng lời nói, càng ít thông tin càng tốt.

Đúng: Bạn có ba mươi giây để gây sự chú ý với khách hàng khi để lại tin nhắn bằng lời nói.

10. Những người bán hàng chuyên nghiệp luôn phát triển và tìm kiếm khách hàng mới dựa trên mạng lưới khách hàng hiện tại.

Sai: Theo thời gian, chúng ta sẽ mất dần khách hàng khi họ ngừng kinh doanh, đổi địa điểm, đổi nghành nghề kinh doanh và hàng tá những lý do khác. Một người bán hàng chuyên nghiệp luôn lên kế hoạch phòng khi bị mất khách hàng và tiếp tục tìm kiếm những khách hàng mới.

- 11. Các chuyên gia có kinh nghiệm thường soạn trước kịch bản những gì cần nói. Đúng: chuẩn bị kịch bản có thể đảm bảo rằng chúng ta sử dụng những từ có tác động mạnh nhất. Các chuyên gia tập luyện đủ nhiều để khách hàng không thể nào nhận ra là họ đang nói theo kịch bản mẫu.
- 12. Không nhất thiết phải duy trì việc gọi điện cho khách hàng liên tục, khi công ty của bạn đã bắt đầu vào guồng, có thể hạn chế bớt.

Sai: Chủ yếu bạn sẽ làm việc với mạng lưới khách hàng hiện tại, nhưng nếu bạn dừng gọi cho khách hàng tiềm năng, bạn có thể sẽ bỏ lỡ nhiều khách hàng tiềm năng đấy.

8 cách tăng hiệu quả email marketing

Thư điện tử (email) là cách tốt nhất giúp doanh nghiệp và khách hàng kết nối với nhau. Thư điện tử giúp bạn "show" cho khách hàng những giá trị, lợi ích của mình để thuyết phục và thúc giục khách hàng phải "hành động"!

Song việc tạo được một lá thư điện tử thành công là một chương trình đòi hỏi nội dung hấp dẫn. Để có được một email chào hàng khiến người đọc phải mở ra xem, đọc và hành động là cả một thách thức.



Cùng **Góc Kỹ Năng** tham khảo 8 ý tưởng dưới đây giúp bạn tạo được những bức thư điện tử phù hợp và hấp dẫn:

1. Chia sẻ giá trị của bạn.

Bạn là một chuyên gia trong lĩnh vực kinh doanh của mình và bức thư điện tử giúp bạn thể hiện điều ấy thông qua việc cung cấp cho người đọc một lượng thông tin giá trị khiến họ phải hành động. Vậy hãy nghĩ đến những câu hỏi bạn thường được hỏi, ví dụ điều gì mà khách hàng và những người mua tương lai sẽ quan tâm, lĩnh vực nào họ cần đến những lời khuyên chuyên môn? Hãy cung cấp cho họ một vài lời khuyên vào mỗi tháng để xây dựng lòng tin của họ vào doanh nghiệp.