

6 Bước hoàn hảo trong bán hàng

Quy trình bán hàng dành cho
nhân viên bán hàng tại Gia Hòa



VÌ SAO

Các bạn PG/PB cần học
các kỹ năng bán hàng?

Con đường dẫn đến THÀNH CÔNG của các BEST SELLER : BÁN HÀNG



01

Trở thành 1 trong những tên tuổi lớn
trong ngành bán hàng

02



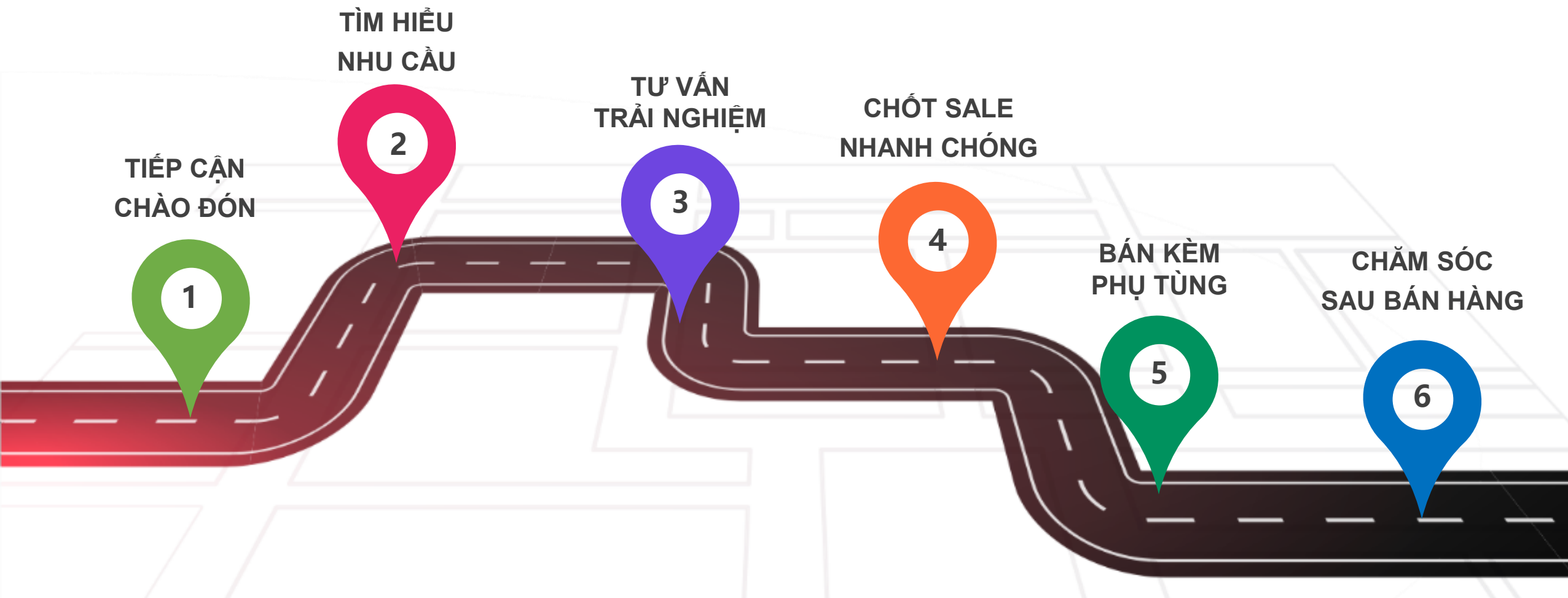
Sẽ mang lại nhiều cơ hội hơn trong việc
biến ước mơ của bạn thành hiện thực

03



Giúp bạn thăng tiến nhanh hơn
trong công việc của mình

6 BƯỚC HOÀN HẢO TRONG BÁN HÀNG

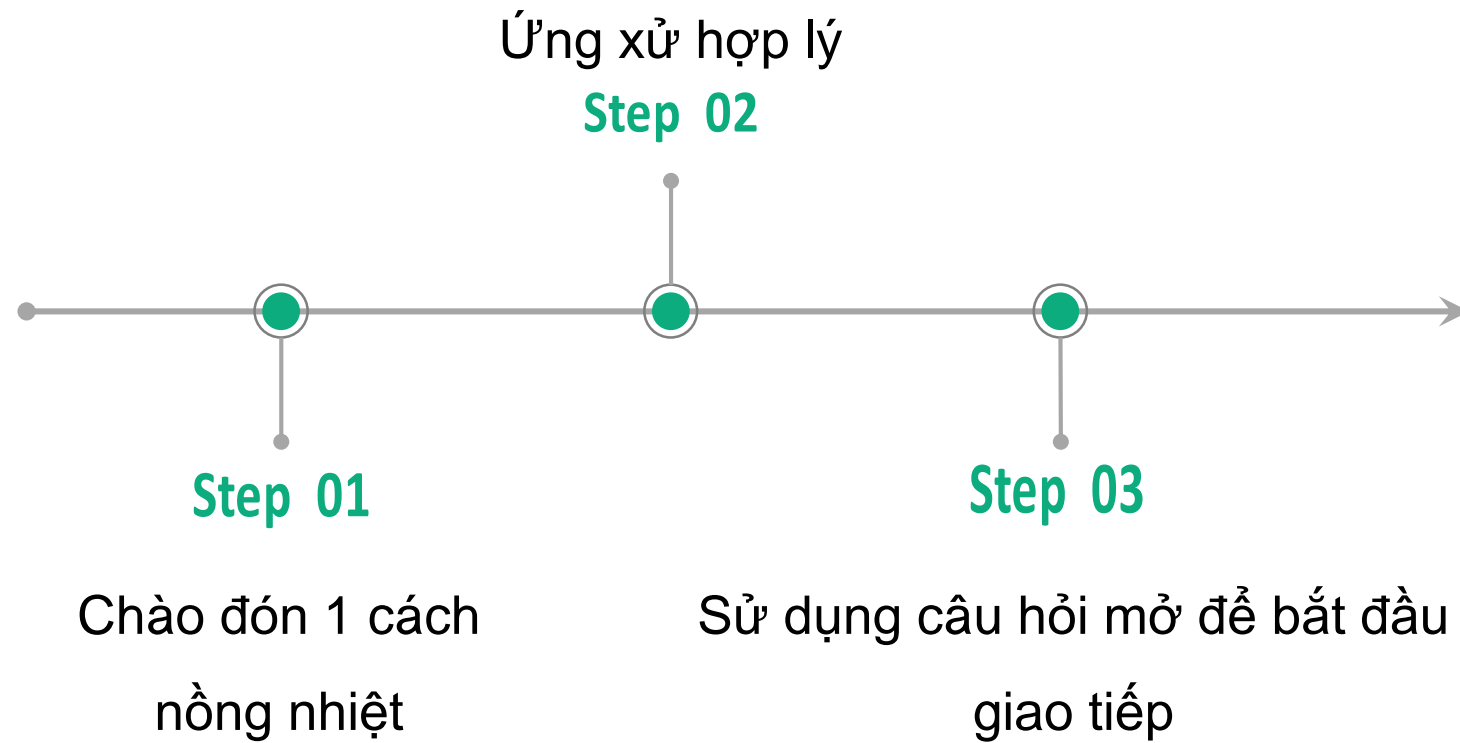




STEP 1

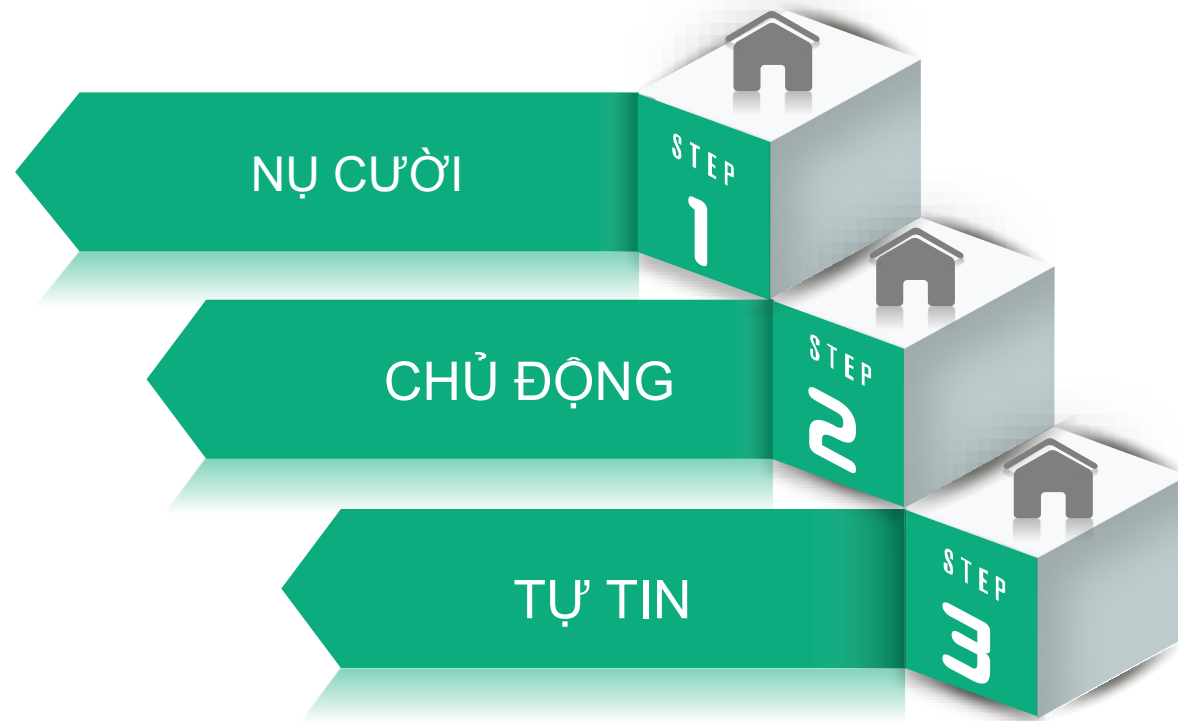
TIẾP CẬN & CHÀO ĐÓN KHÁCH HÀNG

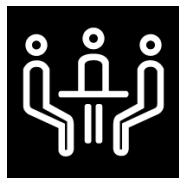
PHƯƠNG PHÁP ĐỂ BẮT ĐẦU CUỘC TRÒ CHUYỆN



3 Tiêu Chuẩn Vàng Trong Phục Vụ

- 1
 - Phong thái chỉnh tề
 - Nụ cười chân thành
 - Sự chào đón nồng nhiệt
- 2
 - Chủ động mời khách vào khu vực trưng bày
 - Tạo cho khách hàng cảm giác thoải mái
 - Tạo cơ hội cho khách hàng được tự mình khám phá về sản phẩm
- 3
 - Tự tin trong quá trình giao tiếp.
 - Cư xử khéo léo theo đúng "gu" của khách hàng
 - Không ngại đặt câu hỏi





GAME NHÓM

TAM SAO THẤT BẢN

1

- Có 6 món đồ vật lần lượt xuất hiện trên màn hình
- Mỗi món đồ vật có 4 gợi ý liên quan
- Mỗi gợi ý sẽ xuất hiện sau 15 giây

2

- Các nhóm chủ động giành quyền trả lời.
- Mỗi nhóm được trả lời làm nhiều lần
- Câu hỏi sẽ kết thúc sau khi có 1 nhóm trả lời đúng đáp án và nhận điểm



GAME NHÓM

CÂU SỐ 1

LÀM BẰNG NHỰA

CÓ DÙNG TAY
CÓ DÙNG ĐIỆN

DÙNG ĐỂ
CHÀ QUA CHÀ LẠI

DÙNG TRƯỚC KHI
NGỦ VÀ SAU KHI
THỨC DẬY





GAME NHÓM

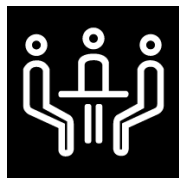
CÂU SỐ 2

DÀI , HÌNH GẬY

DÙNG ĐỂ CHỌC LỖ

TRÚNG CÀNG NHIỀU
CÀNG THÚ VỊ

LÀ 1 VẬT DỤNG
THỂ THAO



GAME NHÓM

CÂU SỐ 3

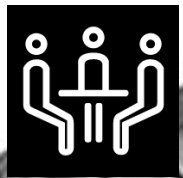
HÌNH TRỤ

LẮC ĐỀU
TRƯỚC KHI DÙNG

THƯỜNG SỬ DỤNG
CHO NAM GIỚI



SAU KHI LẮC CÓ
BỌT TRẮNG



GAME NHÓM

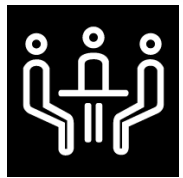
CÂU SỐ 4

LÀM BẰNG CAO SU
HÌNH TRÒN

CÓ RẤT NHIỀU GAI

ĐƯỢC SỬ DỤNG
HÀNG NGÀY

ĐƯỢC GẮN VÀO
BÁNH XE



GAME NHÓM

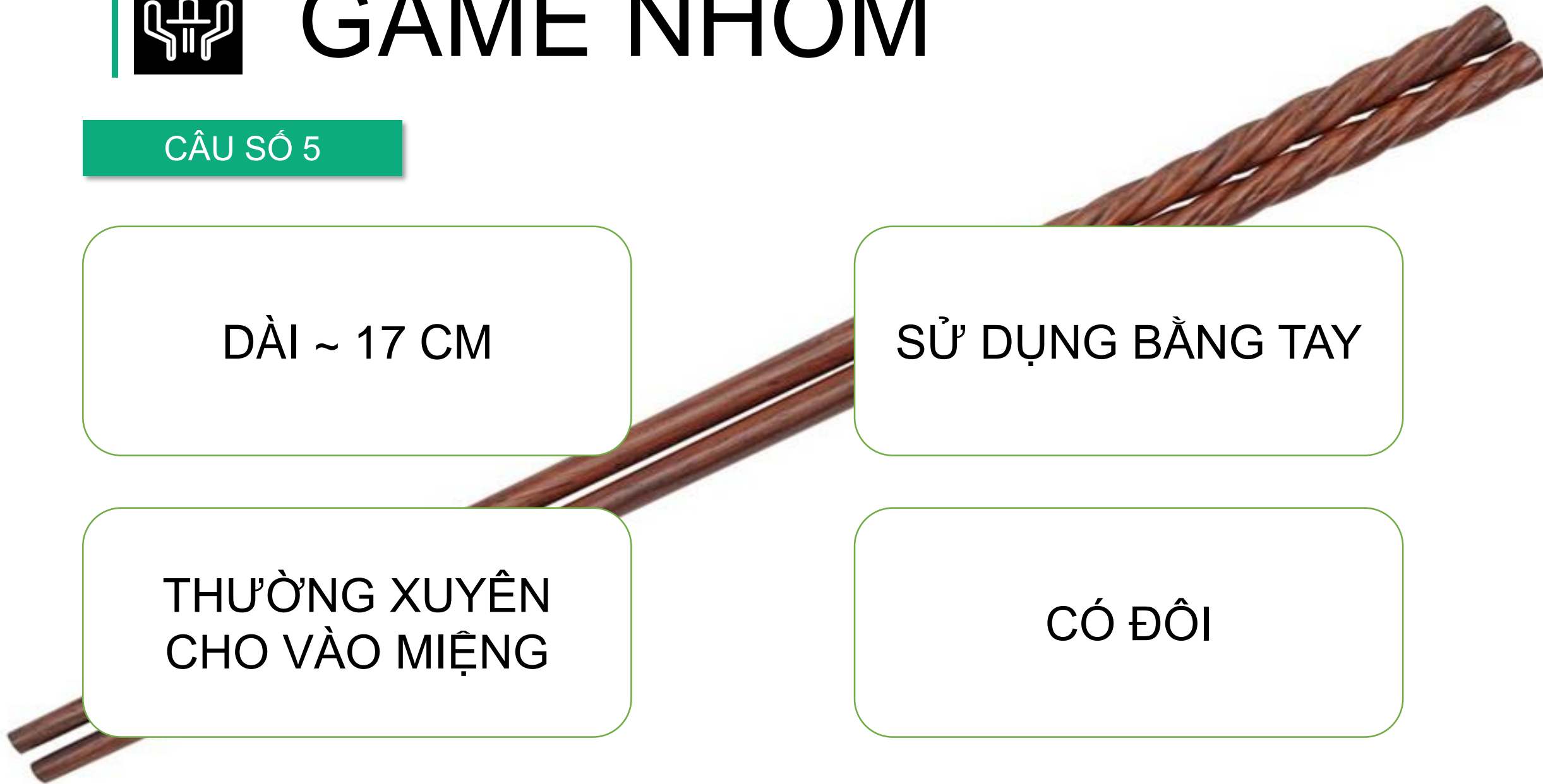
CÂU SỐ 5

DÀI ~ 17 CM

SỬ DỤNG BẰNG TAY

THƯỜNG XUYÊN
CHO VÀO MIỆNG

CÓ ĐÔI





GAME NHÓM

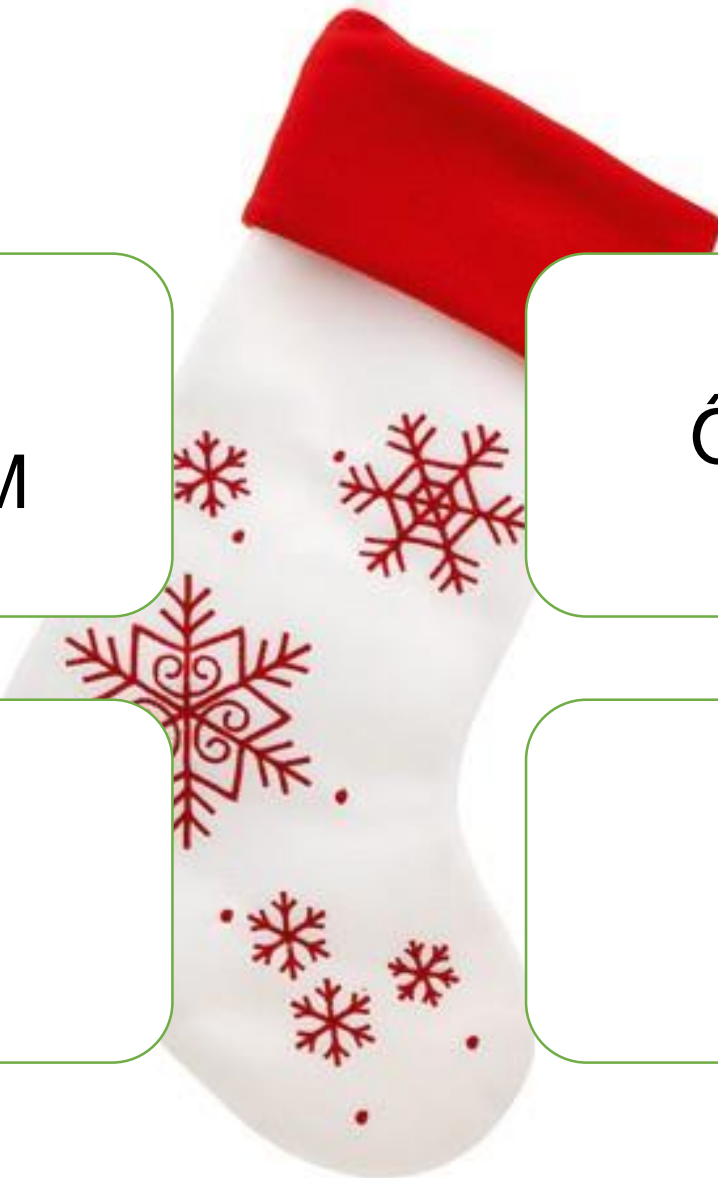
CÂU SỐ 6

LÀM BẰNG
CHẤT LIỆU MỀM

ÔNG GIÀ NOEL

GIỮ ẤM

NHIỀU MÀU





STEP 2

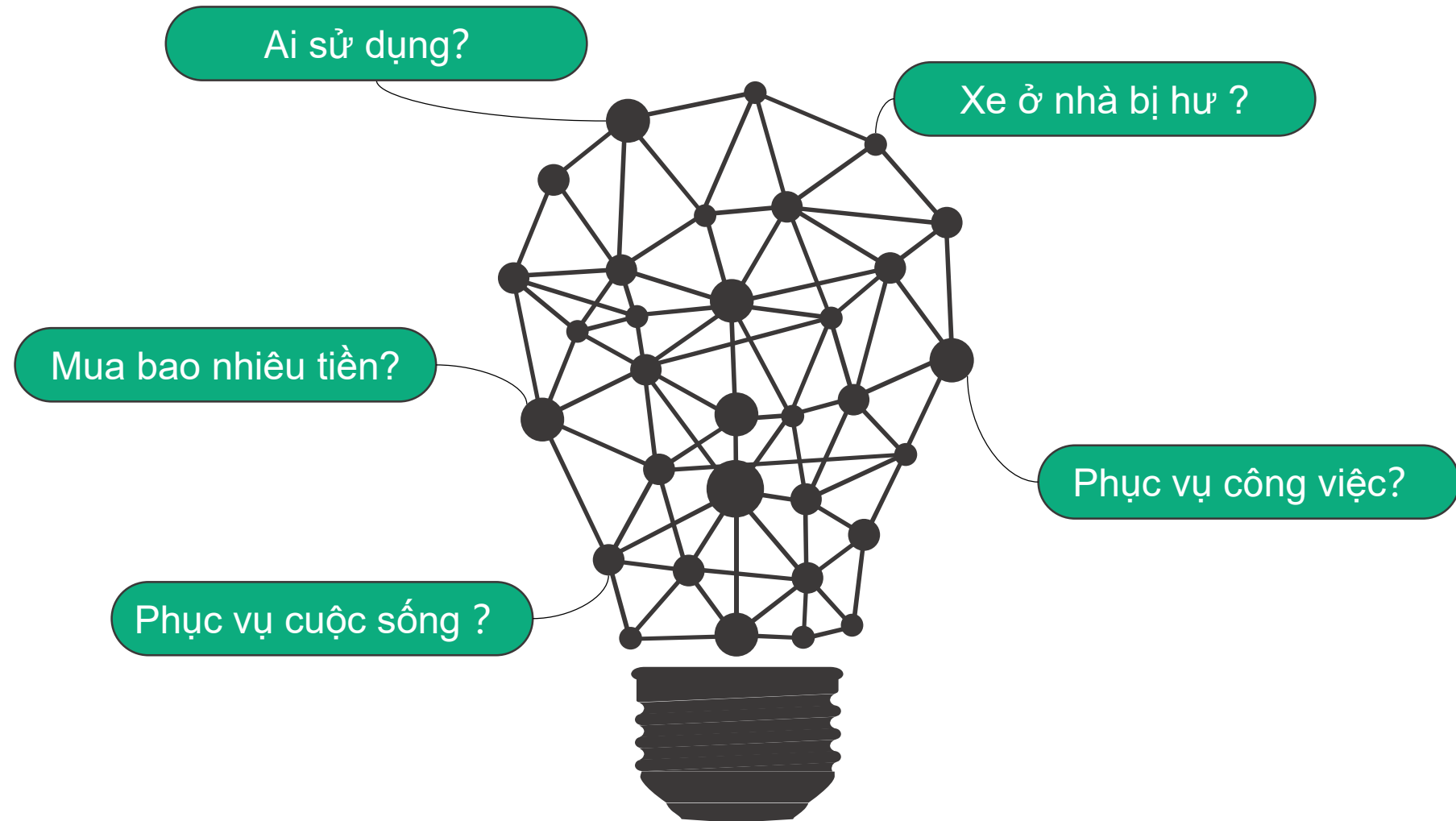
TÌM HIỂU NHU CẦU CỦA KHÁCH HÀNG



DIVAGROUP®



PHƯƠNG PHÁP KHAI THÁC NHU CẦU



Đặt câu hỏi tìm hiểu nhu cầu

Câu Hỏi Mở



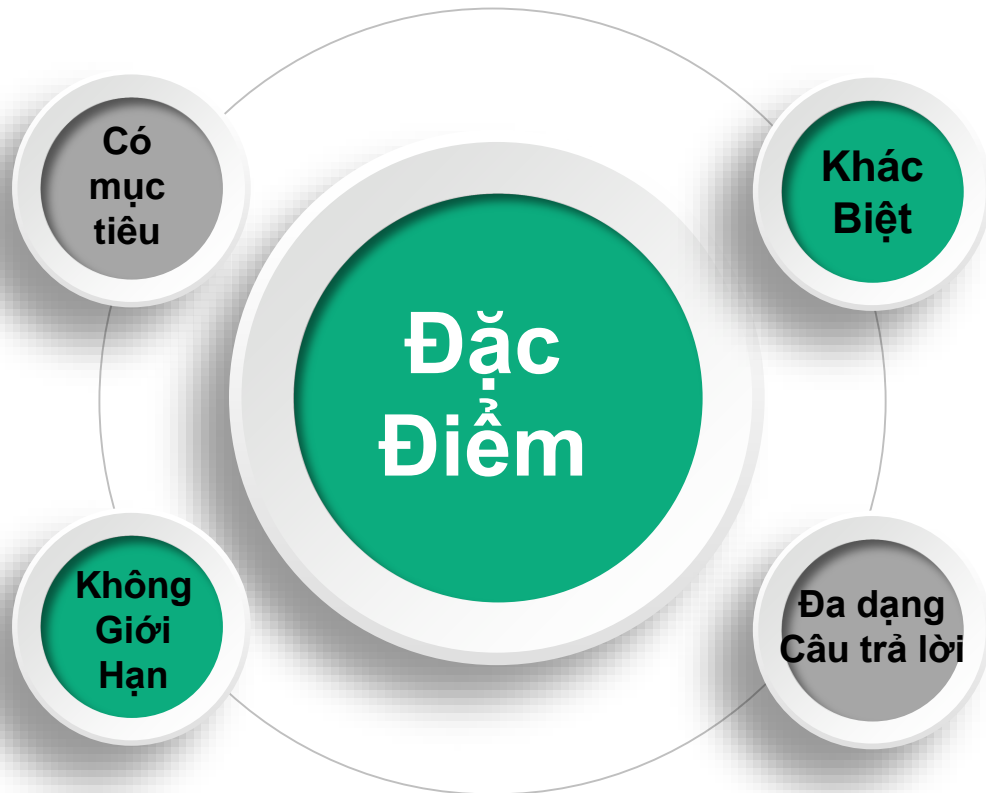
Câu Hỏi Đóng



Câu hỏi làm rõ (tìm hiểu)



Khi nào nên sử dụng câu hỏi mở



📁 Đặc điểm của câu hỏi mở

- Không có câu trả lời cố định cho các câu hỏi , khách hàng có thể trả lời dựa trên nhu cầu cá nhân
- Có thể dành cho các khách hàng đã hiểu rõ về nhu cầu , đã có tìm hiểu trước
- Dành cho các khách hàng đã có sản phẩm mục tiêu

Kỹ năng đặt câu hỏi mở



Anh/chị mua xe cho ai sử dụng ạ?



Trước đây anh/chị đã từng dùng xe nào rồi ạ?



Anh/chị thích dòng xe nào ạ?



Quãng đường anh chị đi một ngày tầm bao nhiêu km?



Anh/chị thích xe màu nào?

Đặt câu hỏi tìm hiểu nhu cầu

Câu Hỏi Mở



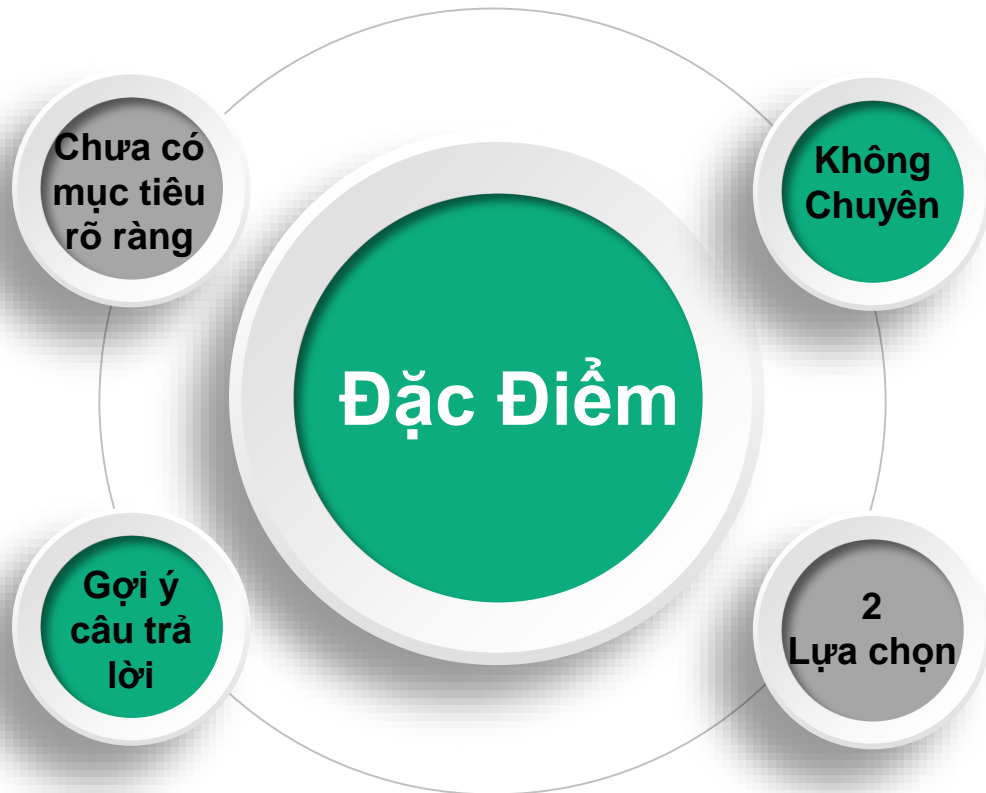
Câu Hỏi Đóng



Câu hỏi làm rõ (tìm hiểu)



Khi nào nên sử dụng câu hỏi đóng



Đặc điểm của câu hỏi đóng

- Sử dụng khi khách hàng chưa có sự tìm hiểu trước , không am hiểu nhiều về xe máy.
- Dành cho khách hàng chưa có mục tiêu cụ thể
- Khách hàng chỉ có thể trả lời đúng hoặc không, hoặc chọn 1 trong 2 đáp án NVBH đưa ra.

Kỹ năng đặt câu hỏi đóng



Anh/chị định mua xe giá tầm 40 triệu đúng không ạ?



Anh/chị thích màu xanh hay đỏ ạ?



Anh/chị thích xe số hay tay ga?



Anh/chị thích xe có abs hay không có ạ?



Anh/chị chủ yếu đi trong thành phố đúng không ạ?

Đặt câu hỏi tìm hiểu nhu cầu

Câu Hỏi Mở



Câu Hỏi Đóng



Câu hỏi làm rõ (tìm hiểu)



Khi nào nên sử dụng câu hỏi làm rõ (tìm hiểu)



**Đặc
Điểm**

Câu hỏi làm rõ

- Sử dụng để tìm hiểu sâu thêm nhu cầu và thông tin của khách hàng.
- Giúp có thêm nhiều hơn thông tin và nhu cầu của khách hàng.
- Từ đó giúp quá trình tư vấn trở nên chính xác và đáp ứng đầy đủ nhu cầu của khách hàng hơn.



STEP 3

TRẢI NGHIỆM CÁC TÍNH NĂNG

KỸ THUẬT TƯ VẤN NHU CẦU— FABE

ĐẶC
ĐIỂM

F

LỢI
THẾ

A

LỢI
ÍCH

B

CHỨNG
MINH

E

FABE – LÀ GÌ ?

FABE LÀ MỘT KỸ NĂNG TƯ VẤN, GIÚP NVBH TƯ VẤN ĐẦY ĐỦ THÔNG TIN KHIẾN KHÁCH HÀNG DỄ ĐƯA RA QUYẾT ĐỊNH HƠN

1. F: ĐẶC ĐIỂM – TÍNH NĂNG

Các chức năng cơ bản nhất như đặc tính, đặc điểm nổi bật của sản phẩm.

2. A: LỢI THẾ, ƯU ĐIỂM

Lợi thế của F là gì?

3. B: LỢI ÍCH LÀ GÌ?

Lợi thế , ưu điểm của sản phẩm được nêu ra sẽ mang lại điều gì cho người sử dụng ? Nhấn mạnh vào lợi ích khách hàng nhận được.

4. E: TRẢI NGHIỆM, BẰNG CHỨNG

Chứng minh rằng sản phẩm hoặc dịch vụ của bạn tốt như bạn đã nói, để xóa tan những nghi ngờ trong tâm trí khách hàng. Nó nên được giới thiệu từ quan điểm của những người đã trải nghiệm hoặc các chứng chỉ uy tín.

Phanh ABS



**Khi phanh trên đường
trơn hoặc phanh bất ngờ
bánh xe không bị trượt**



**Giúp anh chị an toàn hơn
khi lái xe, không lo bị
trượt bánh**



**Dạ đây là video khi xe
được trang bị ABS, anh
chị xem thử ạ.**

XÁC ĐỊNH F-A-B-E

FABE Identify	F	A	B	E
Honda Vision được trang bị Smartkey				
Giúp anh bị không lo về vấn đề trộm bẻ khóa xe, và cực kỳ tiện lợi.				
Cực kỳ đẹp, tiện lợi và hiện đại.				
Em mời anh chị trải nghiệm thử độ nhạy của smartkey nha.				
Honda SH được trang bị động cơ 160 cực kỳ mạnh mẽ, giúp anh chị chạy thoải mái và mạnh mẽ hơn rất nhiều. Em mời anh qua xem xe thử nha				



STEP 4

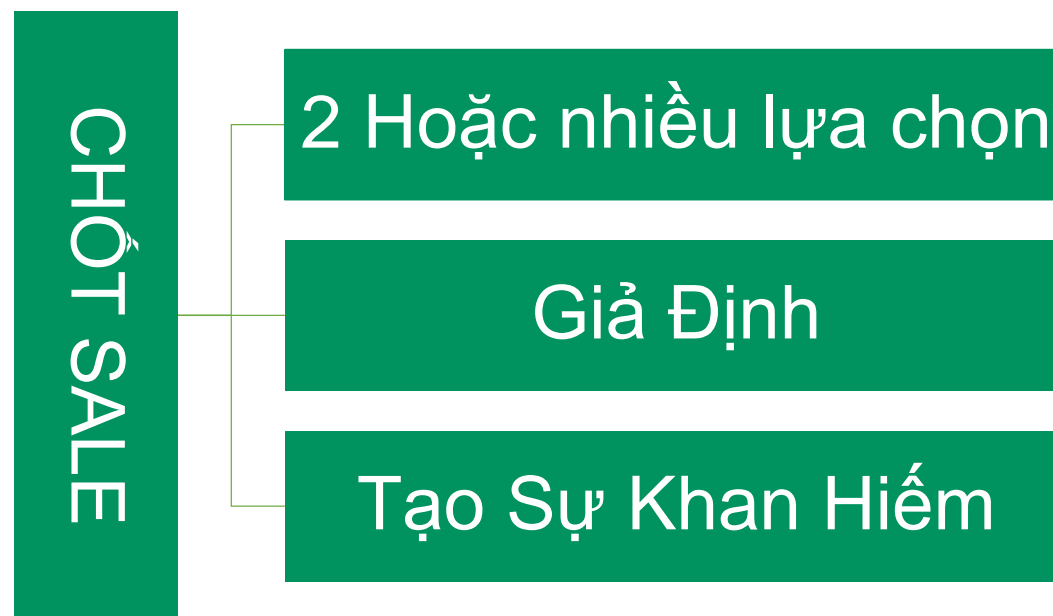
CHỐT SALE

10 Tín hiệu cho việc chốt SALE

10 tín hiệu chốt sale nổi bật

- | | |
|--|--|
| ① Không đặt thêm bất kỳ câu hỏi nào | ⑥ Khi khách hàng quan tâm đến chế độ hậu mãi |
| ② Chủ đề của cuộc trò chuyện tập trung vào xe đang được giới thiệu | ⑦ Khi khách hàng hỏi lặp lại nhiều lần về 1 câu hỏi |
| ③ Sau khi câu hỏi của khách hàng được trả lời trọn vẹn | ⑧ Liên tục đi xung quanh xe và dòm ngó nhiều lần |
| ④ Khi khách hàng chú ý đến giá cả | ⑨ Khi khách hàng hỏi ý kiến bạn bè/người đi cùng |
| ⑤ Khi khách hàng chú ý đến chất lượng hoặc số lượng của sản phẩm | ⑩ Khi khách hàng trở lại sau khi đã tham khảo và so sánh các cửa hàng khác |

Khi khách hàng để lộ các **DẤU HIỆU**, đó là cơ hội để chúng ta **CHỐT SALE**



Chốt Sale – 2 Hoặc nhiều lựa chọn

◆ Phương Pháp

- ◆ Giới thiệu tới khách hàng 2 hoặc nhiều sự lựa chọn , và dù khách hàng lựa chọn như thế nào thì họ cũng vẫn có thể mua hàng tại cửa hàng

◆ Ví Dụ

“Anh/Chị lấy **Vision bản Tiêu chuẩn** giá xxx hay **bản Cao cấp** giá xxx có Smart-Key ạ?

“Bản ABS này có **màu Đen nhám giao ngay** và **màu Trắng phải đợi 5 ngày**; Anh/Chị lấy màu nào tiện cho mình hơn?”



Chốt Sale – Giả Định



◆ Phương pháp

Giả định là khách hàng đã mua và đã sử dụng sản phẩm này và nhận được lợi ích .

◆ Ví Dụ

“E thấy chiếc AB màu đen này hợp với phong cách của anh á, nếu anh lấy chiếc này em chắc chắn anh đi sẽ sang hơn rất nhiều”

“E thấy anh nói anh hay đi phượt, vậy anh lấy mẫu có ABS này đi, có ABS anh đi phượt an tâm hơn nhiều luôn á”

TẠO SỰ KHAN HIẾM

◆ Phương Pháp

Tạo ra khan hiếm cho sản phẩm , tạo ra sự tiếc nuối cho khách hàng nếu không chọn mua sản phẩm ngay

◆ Ví Dụ

“ Dạ chương trình giảm 200k và tặng бага xe em chỉ khuyến mãi hết hôm nay thôi, ngày mai là không còn nữa rồi, nếu được anh lấy trong hôm nay luôn nha”

“Thời gian này làm hồ sơ bấm biển số thủ tục đang rất nhanh và biển ra cũng toàn biển số đẹp, anh lấy xe luôn để có biển số nhanh nha”



THẢO LUẬN NHÓM



THẢO LUẬN

GIỚI THIỆU TÍNH NĂNG – F.A.B.E

Dựa trên phương pháp tư vấn F.A.B.E , các bạn hãy đặt câu FABE với các tính năng sau:

- Màu đen nhám sang trọng.
- Tiết kiệm xăng 2l/100km
- Cốp xe siêu rộng

Các bạn có 5p để viết vào vở của mình, sau khi hết giờ lần lượt mỗi bạn sẽ chia sẻ FABE và các thành viên còn lại nhận xét.



STEP 5

BÁN KÈM PHỤ TÙNG

Bán kèm phụ tùng

Quy Trình

Giới thiệu phụ tùng:

- Thời điểm: Khi khách hàng đã quyết định mua xe.
- Thái độ khách hàng: Vui vẻ, không có cảm giác khó chịu.
- Sản phẩm bán kèm: Các sản phẩm phù hợp nhu cầu của khách hàng

KHÔNG NÊN:

- Tư vấn phụ tùng khi khách hàng đang khó chịu.
- Các sản phẩm không phù hợp với nhu cầu của khách hàng.



STEP 6

XÂY DỰNG MỐI QUAN HỆ VỚI KHÁCH HÀNG

XÂY DỰNG MỐI QUAN HỆ VỚI KHÁCH HÀNG



LỢI ÍCH CỦA XÂY DỰNG MỐI QUAN HỆ VỚI KHÁCH HÀNG

- ◆ Mở rộng cơ hội tiếp cận nguồn khách hàng , khách hàng cũ sẽ giới thiệu khách hàng mới
- ◆ Khai thác tiềm năng mua hàng từ khách hàng cũ nhằm thúc đẩy gia tăng doanh số
- ◆ Phương pháp mở rộng khách hàng với chi phí thấp và tỷ lệ hiệu quả mang lại cao

LƯU TRỮ DỮ LIỆU KHÁCH HÀNG



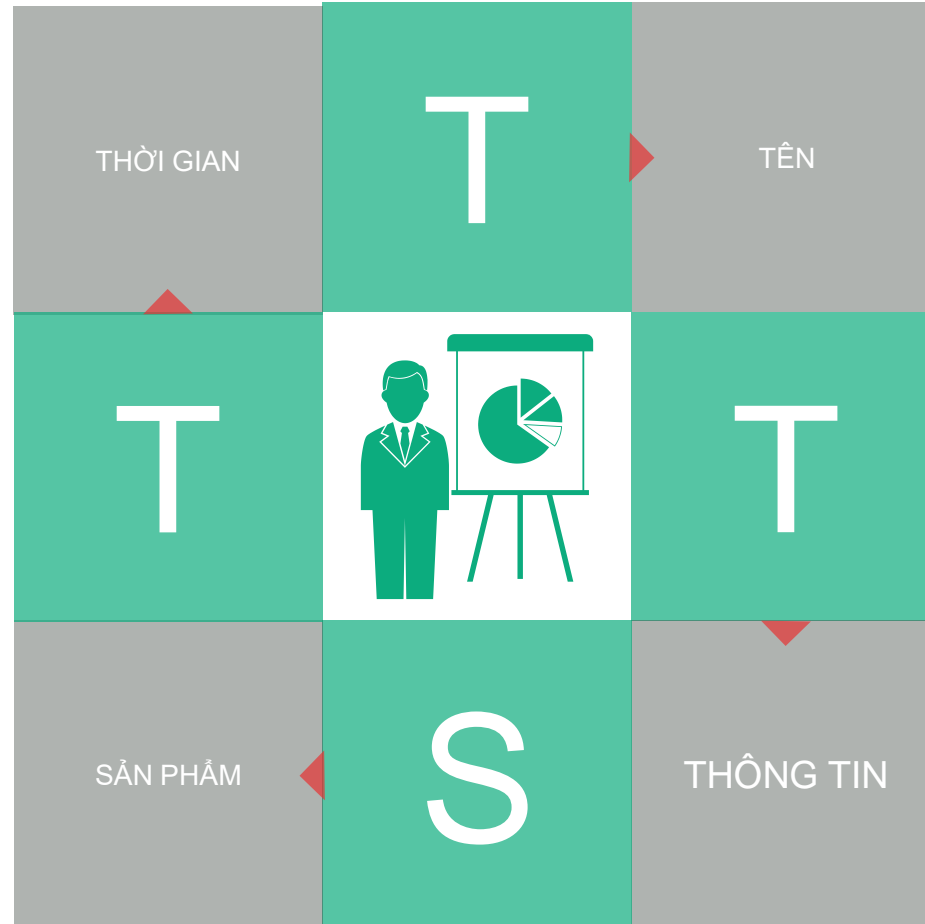
THỜI GIAN

Lưu lại thời điểm / thời gian mua
xe của khách hàng



SẢN PHẨM

Lưu lại thông tin về sản phẩm mà
khách hàng đã mua



TÊN KHÁCH HÀNG

Lưu lại tên của khách hàng một
cách chi tiết , sử dụng từ ngữ lịch
sự khi giao tiếp với khách hàng



THÔNG TIN LIÊN QUAN

Thông tin về sở thích , công việc ,
ngày sinh nhật và các thông tin khác

LƯU Ý TRONG CHĂM SÓC KHÁCH HÀNG

Thời gian vàng: 18:00 - 20:00



Khoảng thời gian 18:00 - 20:00, đây là khoảng thời gian nghỉ ngơi và rảnh rỗi sẽ giúp việc tương tác hiệu quả hơn

Tần suất hợp lý: sau 3 ngày

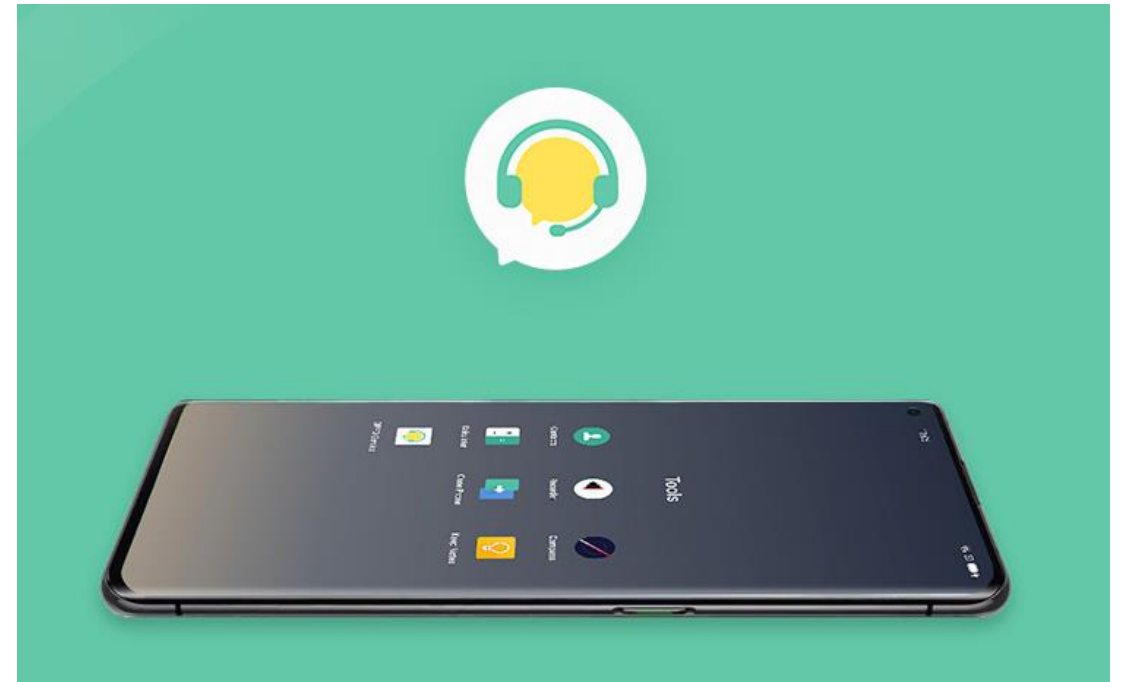


Tránh tiếp xúc , liên hệ trực tiếp khách hàng quá thường xuyên khiến khách hàng cảm thấy bị làm phiền

Cốt lõi : Sự chu đáo



Tương tác với khách hàng trên nền tảng MXH hàng ngày và hỏi thăm sức khỏe khách hàng, sản phẩm khách hàng sử dụng có tốt không, có cần hỗ trợ gì không.



TỔNG KẾT

Tiếp Cận Chào Đón

Tiếp đón nồng nhiệt
Xây dựng thiện cảm

Tìm Hiểu Nhu Cầu

Câu Hỏi Mở
Câu Hỏi Đóng
Câu Hỏi Làm Rõ

Tư Vấn Trải Nghiệm

F-A-B-E

Chốt Sale Nhanh Chóng

2 LỰA CHỌN
GIẢ ĐỊNH
TẠO SỰ KHAN HIẾM

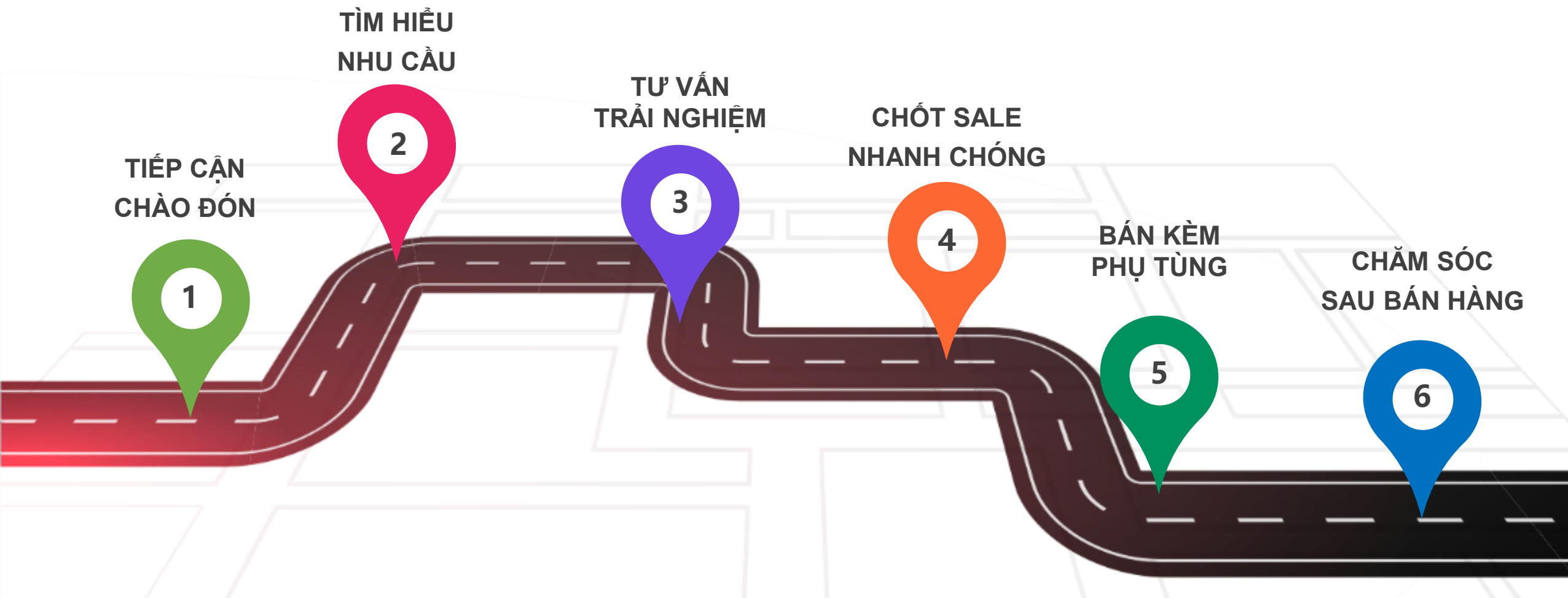
Bán Kèm Phụ Tùng

Cross Selling

Chăm Sóc Sau Bán Hàng

Lưu giữ thông tin của
khách hàng
Tương tác trực tuyến
cùng khách hàng

6 BƯỚC HOÀN HẢO TRONG BÁN HÀNG



THANKS

