

Sales Secret

9 Hướng Dẫn Bán Hàng Cho Các Tập Đoàn Lớn

Tài liệu đào tạo nội bộ, biên soạn bởi SlimCRM.vn

PHẦN 1

9 HƯỚNG DẪN dành
cho sales b2b bán
hàng cho tập đoàn lớn

NỘI DUNG



PHẦN 2

8 CHIẾN LƯỢC chốt
được nhiều giao dịch
với giá trị lớn hơn

1

9 hướng dẫn dành cho Sales B2B để bán hàng cho tập đoàn lớn

Khi bạn có khách hàng là một tập đoàn lớn đồng nghĩa công ty bạn đang thành công và có uy tín cao. Tuy nhiên, bán sản phẩm/dịch vụ cho các công ty lớn thường là một bước quan trọng đối với sự phát triển chuyên nghiệp, nhưng để đạt được điều này, có một số thử thách cần phải vượt qua.

Slide này sẽ cung cấp cho bạn những **hướng dẫn quan trọng để bán được cho các tập đoàn lớn** trong thế giới Công nghiệp 4.0.



HÃY TÔN TRỌNG
NHƯNG KHÔNG SỢ HÃI

CHIẾN LƯỢC ĐA QUỐC GIA

TẬN DỤNG MỌI CƠ HỘI

ĐỪNG NHẬN QUÁ NHIỀU VIỆC

TÌM HIỂU NHU CẦU THỰC SỰ CỦA KHÁCH HÀNG

ĐƯA RA ĐỀ XUẤT CHO VẤN ĐỀ VÀ MỨC RỦI HẤP DẪN

THAM GIA VÀO CÁC CỘNG ĐỒNG ĐỔI MỚI

KHÔNG NGỪNG PHÁT TRIỂN MỐI QUAN HỆ

NẮM CHẮC LUẬT CHƠI

9 HƯỚNG DẪN BÁN HÀNG CHO TẬP ĐOÀN LỚN

1



2



3



4



5



6



7



8



9



1

Hãy tôn trọng nhưng không sợ hãi.

Hợp tác với tập đoàn lớn nghe có vẻ đáng sợ và nhiều người bỏ ý tưởng này trước khi thử. Chúng ta đều cho rằng các công ty lớn thường chọn các nhà cung cấp dịch vụ lớn để đáp ứng công việc và dự án quan trọng. Tuy nhiên, các tập đoàn ngày càng nhận thức được một công ty nhỏ có thể cung cấp các giải pháp tùy chỉnh với tính năng động và linh hoạt hơn, không có ràng buộc mà các công ty lớn hơn có thể áp đặt.



2

Tận dụng mọi cơ hội

Khi bạn có một cuộc hẹn, hãy cố gắng kết nối với người có trách nhiệm cao nhất và bạn chỉ có một cơ hội để thể hiện năng lực. Hãy cho họ thấy giá trị thực của sản phẩm, chứng minh tại sao tập đoàn lớn nên thuê một công ty nhỏ để thực hiện công việc và dự án quan trọng



3

Tìm hiểu nhu cầu thực sự của khách hàng

Ngày nay, việc nghiên cứu cách một công ty hoạt động tương đối dễ dàng. Hãy tìm hiểu các nhà cung cấp của họ, mạng xã hội, video công ty, blog và báo cáo tài chính công khai để có thể điều chỉnh bài thuyết trình theo nhu cầu thực sự của họ.

Bạn sẽ phải trả lời những câu hỏi sau: Sản phẩm/dịch vụ của bạn giải quyết nhu cầu gì? Làm thế nào bạn có thể cải thiện thị phần? Đề xuất giá trị của bạn bao gồm những gì?



4



Tham gia vào các cộng đồng đổi mới

Đây là các diễn đàn tình báo hợp tác mở ra cho sự tham gia bên ngoài, trong đó các công ty lớn và các công ty khởi nghiệp chia sẻ cùng một không gian để tập hợp các ý tưởng thúc đẩy phát triển các dự án Công nghiệp 4.0 sáng tạo. Đây là một lựa chọn tuyệt vời để liên kết với các tập đoàn lớn đang tìm kiếm giải pháp công nghệ và các đồng minh mới trong quy trình sáng tạo

5

Năm chắc luật chơi

Nếu đây là lần đầu tiên bạn giao dịch với một tập đoàn lớn, bạn cần biết một số quy tắc áp dụng trong lĩnh vực này.

Quá trình ra quyết định không đơn giản như trong các loại hình tổ chức nhỏ khác. Các công ty thường kêu gọi các hồ sơ dự thầu được đệ trình bởi một số công ty, hoặc có thể bị hạn chế pháp lý nhất định. Đó là lý do tại sao nên biết thủ tục hợp đồng trước khi đi vào chi tiết



6

**Không ngừng phát triển mối quan hệ**

Mối quan hệ cá nhân, đáng tin cậy là nền tảng của bất kỳ mọi quy trình kinh doanh. Vì lý do này, một trong những điều đầu tiên bạn nên làm là đến một số sự kiện lớn như hội chợ, cố gắng thiết lập mối quan hệ và liên hệ ngay. Khi bán cho một công ty lớn, điều quan trọng là phải có các đầu mối hỗ trợ kết nối và xác nhận uy tín của bạn

7

Đưa đề xuất cho vấn đề và mức ROI hấp dẫn

Các cuộc khủng hoảng lớn đã gây ra những khó khăn tài chính lớn cho hầu hết các công ty, bao gồm các tập đoàn lớn. Nhiều người đã buộc phải ngừng sản xuất và điều chỉnh quyết liệt để sống sót trong tình trạng khẩn cấp. Bạn phải thuyết phục rằng họ sẽ nhận được ROI tuyệt vời và lý do họ chuyển sang giải pháp của bạn là vì bạn đưa ra mức giá và đề xuất cạnh tranh hơn so với đối thủ



8

Đừng nhận quá nhiều việc

Hãy nhớ rằng một công ty lớn sẽ tốn nhiều công sức và năng lượng, thời gian và cam kết hơn một khách hàng nhỏ. Nó thậm chí sẽ buộc bạn chơi với các điều khoản thanh toán dài hơn và do đó, có sẵn nhiều tài nguyên hơn để cho phép bạn tiếp tục hoạt động trơn tru. Vì lý do này, bạn cần biết khả năng của chính mình và chỉ bao gồm công việc bạn có thể làm với tổng khả năng thanh toán.



9

Chiến lược đa quốc gia

Trong một số trường hợp, tăng trưởng và khả năng cạnh tranh đi đôi với quốc tế hóa, và nhiều tập đoàn tham gia tìm kiếm đối tác công nghệ là các công ty đa quốc gia đang tìm kiếm các công ty đã phát triển một chiến lược quốc tế. Nếu bạn đã đưa ra quyết định tìm kiếm đồng minh trong số các tập đoàn công nghiệp lớn 4.0, bạn cần xem xét một chiến lược mở rộng quốc tế cho phép bạn tiếp cận các khu vực mà mục tiêu kinh doanh của bạn được đặt ở mức tối thiểu.



2

8 chiến lược chốt được nhiều giao dịch với giá trị lớn hơn

Có hai cách đã được chứng minh để tăng doanh số: **(1) Tăng tổng doanh số thực hiện mỗi năm** hoặc **(2) tăng giá trị trung bình của mỗi lần bán hàng**.

Mỗi phương pháp mang lại kết quả tốt riêng lẻ, nhưng cách tốt nhất để tăng lợi nhuận là kết hợp cả hai. Người bán hàng thành công nhất sẽ làm việc để đạt được nhiều giao dịch hơn mỗi năm và đồng thời cố gắng tăng giá trị trung bình của mỗi lần bán riêng lẻ.

Có **8 chiến lược đơn giản** bạn có thể sử dụng để đạt được phương pháp bán hàng toàn diện này. Nó giúp sales bán hàng cực kỳ sinh lãi để tăng tổng doanh số và giá trị bán trung bình - cuối cùng là chinh phục mục tiêu bán hàng.





1/ Ngừng nói về lợi ích

Khách hàng tiềm năng nghe nhân viên bán hàng nói về lợi ích của sản phẩm mọi lúc khiến họ phát chán vì điều đó. Hãy tập trung vào kết quả sản phẩm có thể giúp khách hàng đạt được, chỉ khi bạn nhận ra những thách thức của khách hàng trong tương lai. Họ chỉ quan tâm đến vấn đề và cách bạn có thể giúp giải quyết chúng.

2/ Yêu cầu một lời giới thiệu mỗi ngày.

Hãy thử yêu cầu bạn bè, đối tác, khách hàng cũ ..giới thiệu một khách hàng tiềm năng và thực hiện nó mỗi ngày một lần. Yêu cầu một lời giới thiệu chỉ mất không quá 10 phút và là một câu hỏi nhỏ hơn so với yêu cầu một người giới thiệu, người đã sẵn sàng mua ngay bây giờ.. Giới thiệu là cách tốt nhất để lấp đầy danh sách khách hàng tiềm năng.

3/ Tổ chức sự kiện khách hàng cá nhân

Mọi người đều thích cảm giác như họ thật đặc biệt, bạn có thể tận dụng điều này mời họ tham gia sự kiện độc quyền. Khi bạn mời cả khách hàng hàng hiện tại và khách hàng tiềm năng đến một sự kiện, bạn sẽ nhận được lợi ích bổ sung khi xem những khách hàng hiện tại bán hàng cho bạn.

4/ Tạo sự tin tưởng bằng cách cung cấp các case study thực tế

Khi cung cấp ví dụ thực tế mạnh mẽ về những gì bạn thực sự đạt được trong quá khứ, khách hàng tiềm năng sẽ tin tưởng bạn hơn. Bạn cũng đừng quá tập trung vào các sản phẩm đã giao hoặc những gì đã làm cho khách hàng. Thay vào đó, hãy làm nổi bật những kết quả hữu hình bạn đã tạo ra, khi đó khách hàng tiềm năng sẽ thấy phù hợp với những thách thức của chính họ.

5/ Đưa ra 3 tùy chọn trong đề xuất

Nếu không cung cấp nhiều lựa chọn cho khách hàng, họ sẽ thay đổi khi tìm thấy người khác tốt hơn. Bằng cách cung cấp ba tùy chọn từ ít tốn kém nhất đến cao cấp giá trị lớn, bạn sẽ mang đến cho khách hàng góc nhìn khác so với những đối thủ. Bạn cũng có thể gợi ý tùy chọn cao cấp giúp bạn đạt được nhiều doanh số hơn với giá trị trung bình cao hơn

6/ Tiếp cận với những nhân vật hàng đầu

Hầu hết các sales đều mắc sai lầm khi tập trung thời gian và năng lượng vào các khách hàng tiềm năng cấp thấp - những cá nhân có ngân sách nhỏ và ít thẩm quyền ra quyết định. Thay vào đó, hãy theo đuổi các khách hàng tiềm năng ở đầu chuỗi, những người có thể dễ dàng nói **"yes"** với các khoản đầu tư lớn.





7/ Đừng dành thời gian cho những thứ nhỏ nhặt

Một khi bạn quyết định bám đuổi tiếp cận với những người tầm cỡ hàng đầu, bạn nên chấm dứt những giao dịch nhỏ làm lãng phí thời gian và không thúc đẩy bạn về phía trước. Cơ hội lớn có cùng thời gian phải bỏ công sức như giao dịch nhỏ, nhưng chúng mang đến kết quả tốt hơn năm đến 10 lần .

8/ Hiểu chi phí cho những thách thức của khách hàng tiềm năng

Có bao giờ bạn đã hỏi những thách thức đó đang tiêu tốn bao nhiêu chi phí của khách hàng? Khi bạn có thể làm rõ về những chi phí này, bạn sẽ giúp họ tạo ra giá trị, theo ý riêng của họ, cho giải pháp của bạn. Nếu một thách thức làm cho công ty tốn 5 triệu đô la, giải pháp dễ dàng xứng đáng với chi phí 500.000 đô la của nó. Họ sẽ nhận được tiền lãi gấp mười lần cho khoản đầu tư của mình và bạn sẽ đóng một khoản bán với giá nửa triệu đô la.

4 công cụ giúp *kiến tạo doanh nghiệp hiệu quả cao*



Công cụ tăng năng lực quản trị



Công cụ tiếp thị email tự động



Công cụ thiết kế web chuẩn marketing



Công cụ tăng số lượng khách hàng

Kết nối ngay với chúng tôi

