



Vì sao chúng ta phải trao đổi  
và tiếp thu kiến thức kinh nghiệm  
về Kỹ năng bán hàng chuyên nghiệp ?

**Bán hàng chuyên nghiệp gồm  
4 kỹ năng :**

- ***Kỹ năng bán hàng***
- ***Kỹ năng giao tiếp và đàm phán***

- ***Kỹ năng chăm sóc khách hàng, hậu mãi.***
- - ***Kỹ năng thuyết trình***

# **KỸ NĂNG 1 : KỸ NĂNG BÁN HÀNG**

# Ý NGHĨA BÁN HÀNG

- Bán hàng: Hoạt động giao tiếp, trao đổi giới thiệu hàng hóa, dịch vụ đáp ứng nhu cầu bên mua
- *Sống là bán hàng .*
- *Giỏi bán hàng , khó thất nghiệp.*
- *Bán hàng giỏi cần rèn luyện kỹ năng*
- *Kỹ năng Người bán hàng luôn nâng cao như một nghệ thuật,*

- *Không có phương thức bán hàng vận năng.*

# BÁN HÀNG HIỆN ĐẠI VÀ TRUYỀN THỐNG



**“Tài năng chỉ có 1/3 là bản tính, 1/3 là trí thức, 1/3 là ý chí” (Đ. Doxki).**

*TRUYỀN THỐNG*

*BAÙN NHÖÖNG GÌ TA COÙ SAÛN*

*CHUÙ TROÏNG DOANH SOÁ BAÙN RA*

*THÔI CÔ THÒ TRÖÔNG HIËN TÀI*

*VÌ QUYỀN LỜI CỦA TA TRÊN HẾT*

*HIEÂN ÑAÏ*

*BAÙN NHÖÖNG GÌ KHAÙCH*

*HAØNG CAÀN VAØ MONG ÑÔI*

*THÊM DOØ VAØ THIẾT KẾ HAØNG*

*HOÙA NHAÈM THOÙA MAÛN MONG*

*MUỐN CÙA KHAÙCH HAØNG*

*VÌ LỜI NHUẬN LAÂU DÀI VÀO  
LỜI ÍCH NGŨỖI MUA*

# QUY TRÌNH BÁN HÀNG BẠN BÀN





***BÁN***

# **BƯỚC 1. TÌM KIẾM VÀ TÌM HIỂU KHÁCH HÀNG**

1. Nghiên cứu thị trường,
2. Phân biệt các nhóm khách hàng
3. Quan điểm tiếp thị
4. Tiếp cận, rao hàng

# NGHIÊN CỨU THỊ TRƯỜNG

Phân khúc thị trường,

Nghiên cứu tiếp thị ( Marketing Research), Xem xét 4 p

|   |           |          |
|---|-----------|----------|
| P | product   | Sản phẩm |
| P | price,    | Giá cả   |
| P | place,    | Địa điểm |
| P | promotion | Quảng    |

bá



# PHÂN LOẠI KHÁCH HÀNG

## PHÂN KHÚC THỊ TRƯỜNG

### **Phân loại khách hàng**

- + Kh/hg vắng lai
- + Kh có nhu cầu
- + Kh được giới thiệu

### ***Khách hàng tiềm năng và khách hàng mục tiêu***

- Thông tin khách hàng: công việc, thu nhập...
- *Xây dựng dữ liệu khách hàng*

- Phân tích nhu cầu kh/hg..

# QUAN ĐIỂM TIẾP THỊ

- *Khách hàng ở khắp nơi, mọi lúc.*
- *Hãy tìm hỏi;*
- *Quyết tâm như tự mình rao bán chính mình;*
- *Cung cấp cho kh/hg tiềm năng đầy đủ thông tin cần thiết;*
- *Thật cụ thể, có thể kèm giữ trong tầm tay, trong khả năng, níu kéo cho được;*
- *Làm như lần đầu là lần cuối;*
- *Tỏ ra chiều lòng khách, vui vẻ hài hước*

*Every time, every where; Ask; Sell Your sell; Enough Information; Keep in Tough; First is last; Humor*

# **KHÁCH HÀNG TIỀM NĂNG**

***Khách hàng tiềm năng là khách hàng mang lại rất ít giá trị trước mắt nhưng có thể mang lại nhiều giá trị lớn hơn trong tương lai.***

***tìm kiếm khách hàng tiềm năng từ chính những khách hàng hiện tại của họ và những khách hàng là mục tiêu khai thác trong tương lai.***



**2.**

# **TÌM KHÁCH HÀNG TIỀM NĂNG**

- Nói chuyện với KHg hiện tại • Tổ chức hội nghị KHg
- Thăm nơi ở hoặc văn phòng của khách hàng
- Thu thập thông tin từ các nv bán hàng/các nhà phân phối - những người thường trực tiếp với KHg
- Tìm d sách KHg trên trang web của đối thủ cạnh tranh
- Sử dụng các bảng hỏi

- Xem xét các thông báo mời thầu đăng trên báo
- Nghiên cứu các thông cáo báo chí của khách hàng
- Nghiên cứu thị trường k phá thói quen hành vi của KHg

# CẦN BIẾT ĐIỀU GÌ VỀ KHÁCH HÀNG TIỀM NĂNG

- Thông tin về cách sống; xu hướng chi tiêu (thu nhập, sở thích, sở thích mua bán)
- Thông tin về sự thường xuyên: Họ thường mua sản phẩm khi nào? Bao nhiêu lần?
- Họ có hay thay đổi nhãn hiệu hoặc người cung cấp không? Bao nhiêu lần?
- Họ có nhiều thông tin không?

\*Thông tin về cách sử dụng sản phẩm:  
Họ sử dụng sản phẩm làm gì? Có thường xuyên không?

Họ mong đợi gì ở việc tiêu dùng sản phẩm?

# **Cách tìm kiếm và khai thác khách hàng tiềm năng**

Đừng thụ động chờ:

Hãy cho khách hàng biết rằng bạn đang  
phục vụ họ:

Gửi danh thiếp

Xác định tiềm năng của những thị trường  
chưa được khai thác:

Duy trì và phát triển:

## **THỊ TRƯỜNG MỤC TIÊU**

Thị trường MỤC TIÊU bao gồm các khách hàng có cùng nhu cầu hoặc mong muốn mà công ty có khả năng đáp ứng.

### **Lợi ích của việc xác định thị trường mục tiêu**

- Hiểu biết một cách thấu đáo hơn những nhu cầu và mong muốn của KHg;
- Sử dụng một cách có hiệu quả nguồn kinh phí TIẾP THỊ của cty;
- Nâng cao tính thích ứng và hiệu quả chiến lược kinh doanh,
- đồng thời thực hiện tốt nhất chiến lược tiếp thị của công ty;
- Đảm bảo tính khách quan và có căn cứ khi đề xuất các CS tiếp thị hỗn hợp;
- Nâng cao hiệu quả xác định thị trường,
- Tạo ra và sử dụng tốt những ưu thế cạnh tranh



- Có hai thị trường (tt) cơ bản: tt người tiêu dùng và tt doanh nghiệp.

## 7 BƯỚC XÁC ĐỊNH THỊ TRƯỜNG MỤC TIÊU

1. Thực hiện một danh sách mong muốn:
2. Tập trung vào thị trường chính của bạn
3. Thấu hiểu nhu cầu khách hàng:
4. Tổng hợp thông tin:
5. Đánh giá và kiểm tra thị trường:
6. Khởi động: : [Xây dựng quy trình bán hàng chuyên nghiệp](#)
7. Xác định đúng thị trường mục tiêu trong bán hàng

Ai sẽ trả tiền cho sản phẩm, dịch vụ của tôi?:  
Ai từng mua sản phẩm của tôi rồi?:  
Liệu tôi có đánh giá quá cao hướng tiếp cận của  
mình

# TIẾP CẬN KHÁCH HÀNG

- + Dụng cụ nghề nghiệp: laptop, tờ rơi, danh thiếp, bút, viết.
- + Ấn tượng đầu tiên, gây ấn tượng thông qua diện mạo
- + Chuẩn bị phong cách, hành động – ngôn ngữ, tư duy – thái độ
- + Gợi mở, tạo thiện cảm
- + Làm quen : Các dạng bắt tay: luôn duy trì tiếp xúc bằng mắt, ngồi nghiêng người về trước

## **BƯỚC 2: PHÁN ĐOÁN NHU CẦU**

- + Gián tiếp: thông qua ánh mắt, cử chỉ, lời nói: Nhìn kỹ sp/dv. quay lại, nhắc lại, hỏi, dùng thử
- + Phán đoán trực tiếp: thông qua các câu hỏi mở và câu hỏi đóng, nghệ thuật lắng nghe:

+ Lắng nghe: Nghe có phản hồi:  
phản hồi đơn giản, phản hồi tóm  
lược, phản hồi soi sáng

# **Bán Bước 3: GIỚI THIỆU SP/DV**

- Bày tỏ có kiến thức về sp/dv đang giới thiệu,
- Chuẩn bị sẵn và thuộc lòng,
- Trình bày tự nhiên theo cá tính của mình,
- Dự đoán trước câu hỏi và phản đối.
- Quan sát, nghiên cứu, hỏi & lắng nghe, mời gọi kh/hg tham gia, thích & tin tưởng mua sp

- Kh/kh hòa với quá trình giới thiệu,
- Động viên mọi người hoạt động sống động.một cách tự nhiên: xem hàng, hỏi giá, dùng thử...



## **BƯỚC 4: CHỐT**

- Kết thúc giao dịch bán hàng
- Xử lý từ chối
- Phản đối không phải là không mua, không có phải đối, không bán hàng được, phản đối giúp hiểu kh/hg nghĩ gì.

- Phản đối là tốt. Hạn chế phản đối khi biết được ý điểm, nhạy cảm, chỗ ngửa của khách

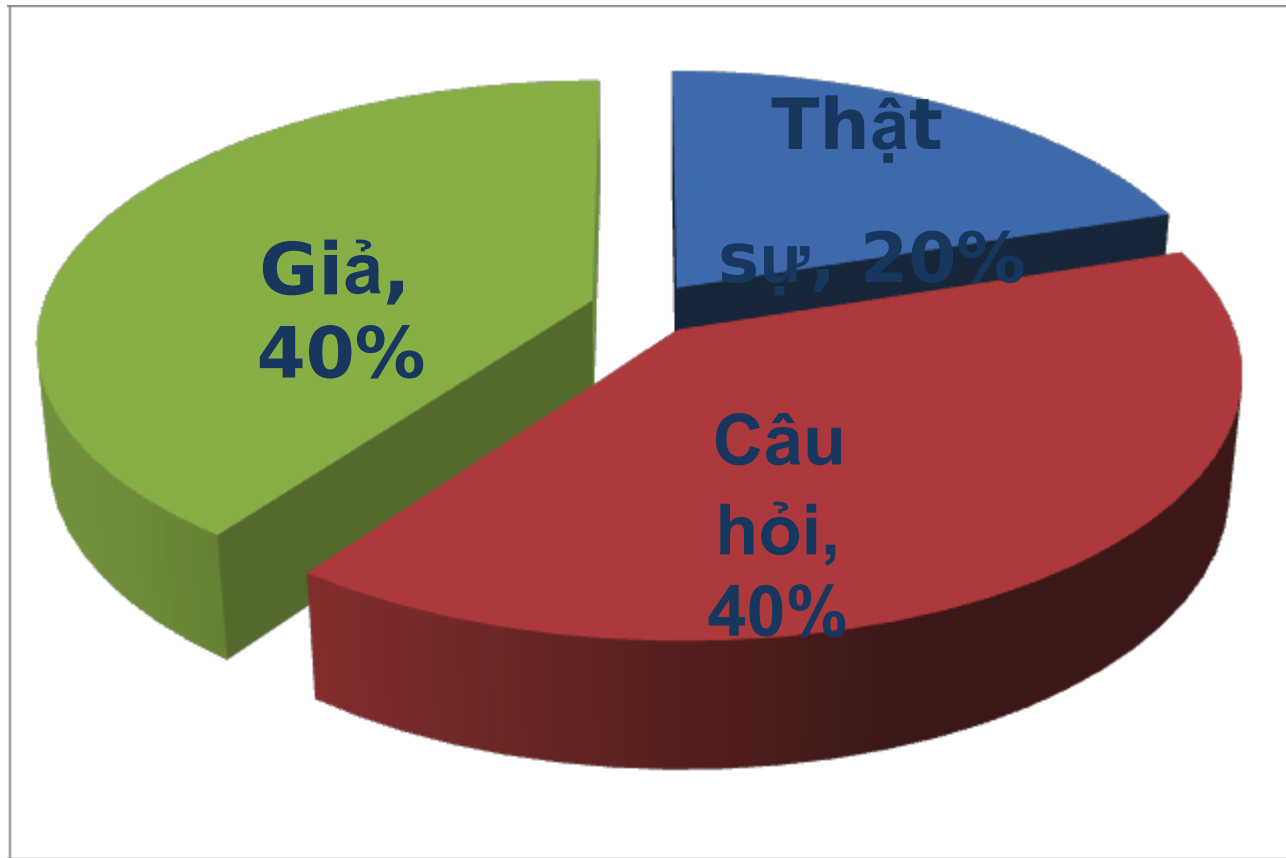
# **XỬ LÝ PHẢN ĐỐI**

- Hãy tập trung lắng nghe, chịu đựng lướt qua, phân tích, phân loại tìm nguyên nhân, chọn lựa cách trả lời.
- Hạn chế phản đối khi biết được yếu điểm, nhạy cảm, chỗ ngứa của khách

# PHẢN ĐỐI THẬT GIẢ

Phản đối có thể :

- 40%giả bộ,
- 20% thật lòng,
- 40% là cách đặt câu hỏi kỹ thuật, tìm hiểu



# TÂM LÝ BÁN HÀNG

- Tâm trạng chiến thắng, vẻ mặt tự nhiên
- Tránh lời nước đôi, mở miệng đúng thời
- Chân thành, thẳng thắn chào mời thật hay
- Tốt lành, ấn tượng gây ngay từ đầu
- Chấp nhận, đề cao nhân cách khách hàng
- Quan tâm nghề nghiệp, khách nào kết thân
- Hãy chuẩn bị tốt giá kệ bày bán,
- Đừng quên tâm lý bán hàng bạn ơi

# **10 QUY TẮC CỦA 6.700 CỦA HÀNG BÁN LẺ của WAL-MART**

- 1. Cam kết** phải đạt được thành công và lúc nào cũng nhiệt tâm
- 2. Chia sẻ thành công** với những ai đã giúp bạn
- 3. Tạo động lực** cho mình, cho ng khác để đạt điều mình mơ ước
- 4. Truyền thông với người khác** và bày tỏ rằng bạn đang quan tâm đến họ
- 5. Trân trọng và ghi nhận** những nỗ lực và thành quả của người khác

# **10 QUY TẮC CỦA 6.700 CỦA HÀNG BÁN LẺ của WAL- MART**

- 6. Tổ chức mừng thành tựu của bạn và của người khác**
- 7. Lắng nghe người khác và học hỏi ý tưởng của họ**
- 8. Vượt hơn mong đợi của khách hàng và của người khác**

**9. Kiểm soát chi phí để rút ngắn con đường làm giàu**

**10. Bơi ngược dòng, tạo sự khác biệt và đương đầu với tình thế**



# KỸ NĂNG 2 : GIAO TIẾP VÀ ĐÀM PHÁN

- **KN2 : GIAO TIẾP VÀ ĐÀM PHÁN**

- **Dấu hiệu chân thực**

- Nhìn thẳng vào mắt bạn
- Bàn tay mở, cánh tay dang ra
- Đầu hơi nghiêng

- **Đối trá**

- Chân ngồi không chạm nền hoặc để nghiêng
- Hắng giọng , cựa mình, sờ môi, dụi mắt

- Nhắm mắt, giấy mắt trong kính màu

# Phong cách CHAT:

## *Không*

- C cải vả,
- H hàng hai;
- Á á thánh;
- T tham nói
- ( Caudit, Hangback; Accurate; Talkactive)

# VƯỢT QUA BỎ NGỖ BAN ĐẦU

- Hãy lên tiếng chào trước
- Hỏi những câu xã giao thông thường
- Biết lắng nghe tích cực
- Hỏi những câu mở rộng



- Bộc lộ thông tin về bản thân

## • **ÁM THỊ TRONG GIAO TIẾP (thôi miên)**

- Âm thị là tác động tâm lý tới cá nhân hoặc một nhóm người nhằm làm cho họ tiếp thu thông tin mà không có sự phê phán.
- Trong kinh doanh, ám thị được sử dụng qua tác động của quảng cáo (lặp đi lặp lại một câu nói hay một hình ảnh, dựa vào thời trang, vào uy tín của đơn vị sản xuất

# PHÂN LOẠI TÍNH CÁCH KHÁCH HÀNG

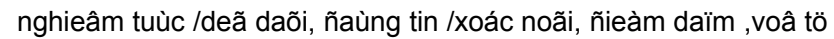
## ***THEO H. J. EYSENCK:***

- Nhân cách gồm 2 nhân tố:
  - (Đ): *tính thần kinh ổn định \_ không ổn định (Nerve)*
  - (N): *tính hướng nội \_ hướng ngoại (in- extroversion)*
- Trục (N) và (Đ) giao nhau tạo thành 4 vòm: 4 tính cách

**Ưu tư đ- Điềm tĩnh      Sôi nổi - Linh hoạt**



Bi quan /deã thay ñoãi, deø daẽt/ boác ñoàng, khoâng thích giao tieáp/laïc quan

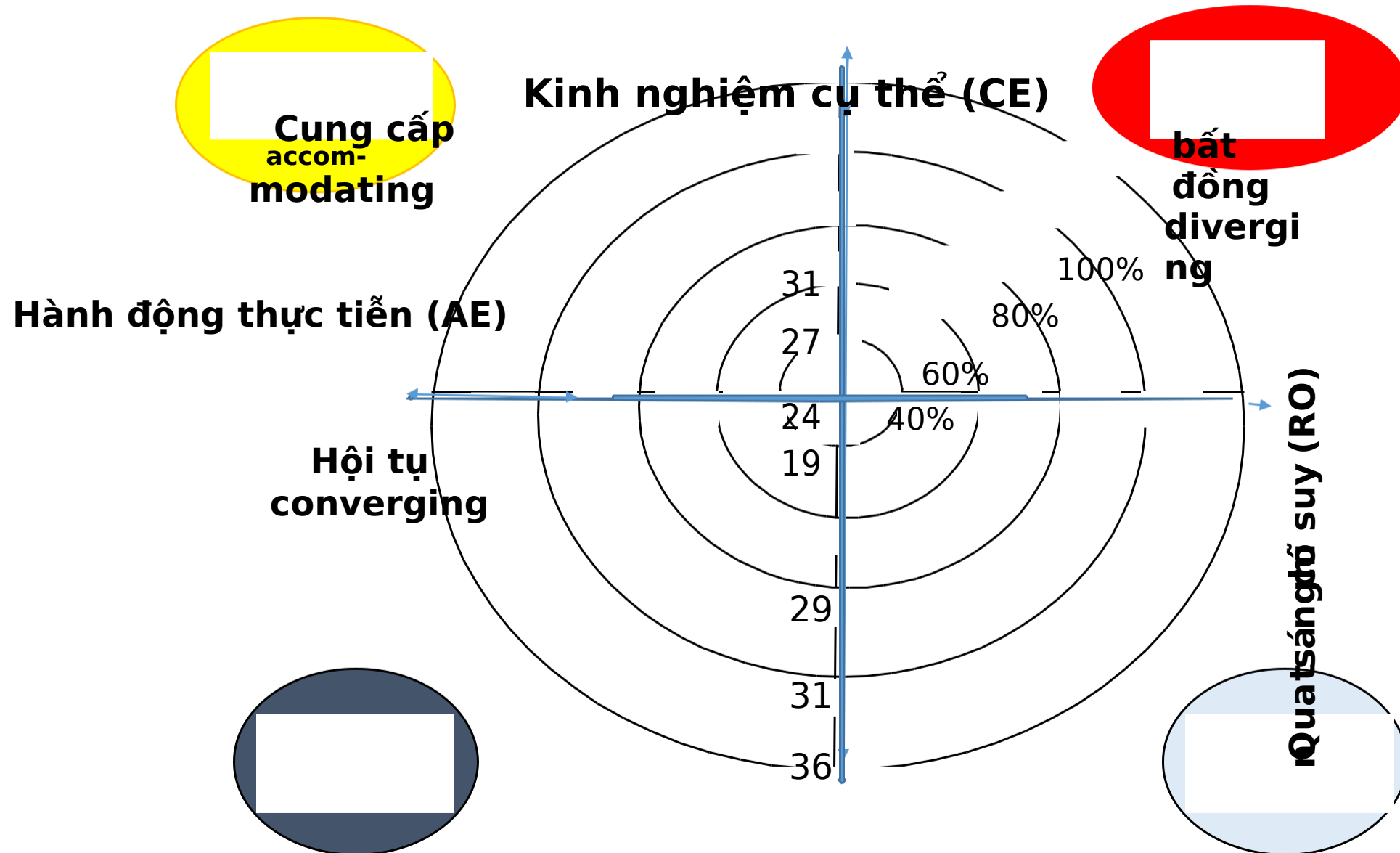


# PHÂN LOẠI NGƯỜI THEO PHONG CÁCH THU THẬP VÀ XỬ LÝ THÔNG TIN

Có 4 loại người:

- Phân kỳ;
- Đồng hóa;
- Hội tụ;
- Độ lượng
- Diverging;
- Assimilating;
- Converging;
- Accommodating

# Phong cách thu thập và xử lý thông tin



**Đồ  
g  
hóa**

**Khái quát tượg ( AC)**  
assimilating

# ĐẮC NHÂN TÂM

- **12 Cách ảnh hưởng người khác suy nghĩ theo bạn**
1. Không tranh cãi
  2. Tôn trọng ý kiến người ta
  3. Thẳng thắn nhận sai lầm
  4. Luôn thân thiện, mật ngọt chết ruồi
  5. Hỏi những câu đáp vâng tức thì
  6. Để người ta làm chủ cuộc nói chuyện khi đối đầu

## **12 Cách ảnh hưởng người khác suy nghĩ theo bạn**

7. Để người ta tin rằng ý kiến đó là của người ta trong ý định hợp tác

8. Đặt mình vào hoàn cảnh của người ta, thừa nhận quan điểm của họ

9. Đồng cảm với mong muốn của họ gợi sự cao thượng

10. Hãy khơi

11. Biết trình bày vđ một cách sinh động

## 12.Động viên tinh thần vượt thử thách

# **CHÍN NGUYÊN TẮC LÃNH ĐẠO, CHUYỂN HÓA NGƯỜI KHÁC**

1. Hãy khen ngợi trước khi phê bình ai
2. Phê bình gián tiếp, hiểu ý thì tốt hơn



3.Công khai tự kiểm trước khi  
phê bình

4.Hãy gợi ý thay vì ra lệnh

5.Nhớ giữ sĩ diện cho người ta

# **CHÍN NGUYÊN TẮC LÃNH ĐẠO, CHUYỂN HÓA NGƯỜI KHÁC**

6. Luôn khuyến khích người ta dù  
thành tích nhỏ

7. Hãy để người ta giữ niềm tự hào về  
họ

8.Mở đường cho người ta sửa chữa lỗi  
lầm

9.Sẵn sàng tôn vinh người cộng sự

# CÁC PHONG CÁCH GIAO TIẾP KHÁC

## Ngôn ngữ giao tiếp



Giao tiếp không lời 60%

✓ giọng điệu 30%

✓ lời nói 10%

- **Âm thị trong giao tiếp** : quảng cáo lập đi lập lại, làm mê hoặc người nghe, biết lắng nghe dẫn dắt

- **Gieo tiếng vọng**: « chúng ta có cùng tần số » đặc ngữ, tiếng lóng, dấu hiệu quy ước

- **Năm giây để nhớ tên người** : chú ý nghe tên cho kỹ cho rõ, nhắc lại, nhớ người trùng tên,...

# **CÁC PHONG CÁCH GIAO TIẾP KHÁC**

**90 giây tạo cảm tình:**

- **Bày tỏ nhiệt tình và sức sống lành mạnh;**

- hỏi chuyện theo mỗi quan tâm của khách;
- Lắng nghe, tạo đặc điểm khó quên

# **7 NGUYÊN TẮC VÀNG TRONG GIAO TIẾP**

1. Nhớ tên;
2. không tranh luận;
3. mời khách nói vâng;
4. trình bày hình ảnh cụ thể;
5. xét việc từ quan điểm của khách;
6. khơi gợi động cơ,



7.tạo sự thách thức,lôi cuốn

## 2. ĐÀM PHÁN

### Tổng quan về đàm phán

- Khái niệm:

Đàm phán hành vi và quá trình các bên trao đổi tìm điểm chung, & quan hệ lâu dài

- Hai kiểu đàm phán: Thua -Thua và

Thắng - Thắng **Kỹ năng đàm phán:**

- + Thông tin về thị trường: hiểu rõ vị trí của mình và của khách hàng

# ĐÀM PHÁN

- + Thông tin về đối tác: nhu cầu, quy mô, xu hướng, mối quan tâm...
- + Xác định năng lực của bản thân: kiến thức, tâm lý, kỹ thuật hỗ trợ
- + **Kế hoạch** đàm phán Thương trường là chiến trường, thao trường đồ mồ hôi, chiến trường đổ đổ máu
- **Kỹ thuật mở đầu:** + Các nguyên tắc mở đầu: tạo hấp dẫn, chú ý, tác động tình cảm...

+ **Sử dụng sức mạnh** của ngôn từ + sức mạnh của thông tin + Không hỏi là câu hỏi ngu ngốc nhất

- **Kỹ năng trả lời các câu hỏi:** Không trả lời ngay, hỏi lại để khách giải thích kéo dài thời gian; Hỏi một đằng trả lời một nẻo, đánh trống lảng; Mập mờ khi gặp vđ khó; Chỉ trả lời những điểm có lợi
- **Văn hóa trong đàm phán** + Văn hóa dân tộc: xu hướng chịu rủi ro, quyền thế, cá nhân, nam tính
- + **Văn hóa tổ chức** hướng ngoại, nội; vì nhiệm vụ/xã hội; chuẩn mực / cá nhân; an toàn/mạo hiểm; dễ ứng biến/theo hoạch định trc

+ **Tính cách** : kiểu hợp tác, thỏa hiệp, dàn xếp, điều khiển, tránh né?+

- **Khác biệt** về ngôn ngữ và phi ngôn ngữ , khác biệt về quan niệm giá trị, khác biệt về tư duy và ra quyết định ;
- **Biết giấu ý định**, mà không bị coi là nói dối. Tạo được sự tin cậy mà không cả tin.
- **Nhún nhường** quả quyết, mê hoặc người khác mà không bị mê hoặc. Đó là nhà đàm phán.
- **Nói là bạc**, im lặng là vàng, lắng nghe là kim cương ;

- **Thành công lớn** với những bước nhỏ hơn thành công nhỏ với một bước lớn.



# KẾT THÚC ĐÀM PHÁN

- Sao anh còn vương mắc thế?
- Anh có biết là anh được lợi bao nhiêu tiền nếu cộng tác với tôi không?
- Anh có nhận ra lợi ích phụ trội của chúng ta không?
- Tóm lại tôi phải làm gì để anh chấp nhận vụ này?

# KẾT THÚC ĐÀM PHÁN

- **Từ chối**

không có nghĩa là không, mà nghĩa là chưa phải bây giờ.

+ Người thành công nhận ra cơ hội trong khó khăn, kẻ thất bại nhìn thấy khó khăn trong cơ hội.

+ Cuộc đời là một chuỗi đàm phán,  
nghệ thuật đàm phán quyết định  
cuộc đời

# 4 cách THU PHỤC NHÂN TÂM\*đơn giản

- Giúp đỡ  
(Tài vật, Lời khuyên, Động viên vượt sợ hãi)
- Nói ngọt
- Cùng làm lợi

- Cùng làm việc với nhau

- Bố thí:  
( Tài thí, Pháp thí, Vô úy thí)
- Ái ngữ
- Lợi hành
- Đồng sự

# 6 NGUYÊN TẮC ĐOÀN KẾT VỚI ĐỒNG ĐỘI TEAMWORK

1. Cùng ăn ở với nhau  
Tránh cãi vã, cạnh
2. tranh
3. Luôn chia sẻ ý hay
4. Thường trao đổi giải

- Thân hoà đồng
1. trú  
Khẩu hoà vô
  2. tranh  
Ý hoà đồng
  3. duyệt
  4. Kiến hoà đồng

bày

Không bê tha, giải

5. đãi

6. Có lợi chia đồng đều

giải

Giới hoà đồng

5. tu

Lợi hoà đồng

6. phân

# **KỸ NĂNG 3**

## **CHĂM SÓC KHÁCH HÀNG**



# TẦM QUAN TRỌNG CỦA CHĂM SÓC KHÁCH HÀNG

- **CSKH quan trọng** vì tạo Hiệu ứng lan truyền
- **Hiểu khách hàng cần gì** Dựa trên 2 yếu tố: nhu cầu lý trí và nhu cầu cảm xúc

**Các yếu tố quan trọng trong chăm sóc và phỏng vấn khách hàng**

- Thái độ: Trách nhiệm, xuyên suốt, trân trọng, đáp ứng, cải tiến
- Hành vi: Thân thiện, ân cần, nhiệt tình, cảm thông, nhanh chóng

# **7 NGUYÊN TẮC VÀNG CHĂM SÓC KHÁCH HÀNG**

1. Trải thảm đỏ đón chào khách hàng
2. Dành thời gian tìm hiểu khách hàng
3. Tạo môi trường giao dịch thuận lợi
4. Đảm bảo thỏa mãn của khách hàng
5. Trăm nghe khg bằng một thấy, nghe phản ánh thật tận tường
6. Để ý từng chi tiết nhỏ nhất
7. Tin tưởng vào dịch vụ mình cung cấp

# CHĂM SÓC KHÁCH HÀNG KHÓ

- Mô hình giao tiếp đa giác quan:  
Thị giác, thính giác, cảm giác
- Đồng cảm với khách hàng .
- Ứng phó với các giai đoạn cảm xúc

# LƯU Ý TRONG ĐÀM PHÁN

- Yếu tố sản phẩm, yếu tố thuận tiện, yếu tố con người-
- hãy đo lường đánh giá chất lượng dịch vụ;
- Đừng xao lãng khách hàng hiện có, từ đó sẽ có khách hàng tiềm năng

# 5 PHONG CÁCH BÁN HÀNG CỦA BLAIR SINGER

Câu chuyện 5 chú chó bán hàng

- |                       |                                |
|-----------------------|--------------------------------|
| Bán hàng kiểu truyền  | (Truyền cảm, dựa vào niềm tin) |
| 1. thống              |                                |
| Bán hàng kiểu thuyết  |                                |
| 2. trình              | ( kỹ năng nói trước đám đông)  |
| Bán hàng              | ( khg hiện có giới thiệu khg   |
| 3. kiểu               | tiềm năng)                     |
| chăm sóc              |                                |
| 4. Bán hàng kiểu tiến | (sáng tạo, độc đáo, liều ,lì ) |

công

Bán hàng

5. kiểu

biện bạch

( thuyết minh, phê bình thông  
minh)

# 1. BÁN HÀNG TRUYỀN THỐNG

## (SalesDog: Basset Hound)

### **Mạnh**

- Tạo quan hệ chắc chắn 1-1
- Sẵn sàng xử lý tốt với khg cấu kỉnh marketing
- Đánh hơi các cơ hội nhạy bén
- Thuận lợi trong việc xây dựng long tin
- Bán hàng bằng các giá trị chính trực và trách nhiệm

### **Yếu**

- Khó tin và giữ được động lực
- Thiếu chuyên môn
- Có thể cảm thấy bị tổn thương

### **Bổ sung phát triển**

- Lập hệ thống giới thiệu . Đề ra chiến lược dẫn mỗi tự động



- Làm chủ bản thân chống tiêu cực. Cần sự ủng hộ kèm cặp không ngừng

## 2. BÁN HÀNG KIỂU THUYẾT TRÌNH (SalesDog: Poodle)

### Mạnh

- Tài nói năng, thuyết trình giữa đám đông
- Trình diễn những hình ảnh xuất sắc
- Đưa ra những thông điệp marketing lôi cuốn
- Siêu đẳng trong việc thiết lập mạng lưới

### **Bổ sung phát triển**

### Yếu

- Cái tôi dễ bị tổn thương, hoặc quá tự cao vì muốn chơi nổi.
- Giỏi tạo sự kiện rao hàng nhưng ngại trực tiếp mời khách mua hàng một cách vững vàng.
- Bệnh nói nhiều và tản mác

- Cần tự chủ ( qly giọng nói nhỏ)
- Mạnh dạn phản hội marketing trực tiếp

# 3. BÁN HÀNG KIỂU CHĂM SÓC KHÁCH HÀNG

(SalesDog: Golden Retriever)

**Bổ sung phát triển**

## **Mạnh**

- Thực sự quan tâm đến người khác, biết hỏi họ cần gì.
- Có động lực tự nhiên trong xây dựng và duy trì quan hệ với khách hàng, giúp đỡ khách hàng
- Phù hợp bán hàng cao cấp lớn

## **Yếu**

- Không thoả mái với điểm kết thúc bán hàng

- Đôi khi quá tốt bụng, quá thoả mái, khát khao được công nhận.

- Có thể thiếu sự khôn khéo trong marketing

- Quản lý bản thân, học kỹ năng kết thúc bán hàng, chốt hàng

- Cần kỹ năng marketing phản hồi trực tiếp và phản ứng khi khg nói không

## 4. BÁN HÀNG KIỂU TIẾN CÔNG (SalesDog: Pitbull)

### **Mạnh**

- Khai phá đất mới, thị trường mới
- Dối dào năng lượng, lì, lều bền bỉ
- Ít sợ sự từ chối, kết thúc bán hàng

### **Yếu**

- Thiếu kiên nhẫn
- Thiếu chăm sóc khách hàng
- Thiếu qly đội nhóm, chính sách nhóm

## **Bổ sung phát triển**

- Xây dựng đội nhóm - Cần học kỹ năng lắng nghe
- Marketing phản hồi trực tiếp

## 5. BÁN HÀNG KIỂU BIỆN BẠCH (SalesDog: Chihuahua)

### **Mạnh**

- Tích lũy kiến thức phong phú
- Biết phân tích nghiên cứu thị trg
- Đam mê công việc và lý luận

- Giỏi cung cấp bằng chứng biện bạch

### **Bổ sung phát triển**



## **Yếu**

- Nói nhiều nói nhanh
- Khó xây dựng quan hệ lâu dài
- Nói quá khả năng tiếp thu của khách hàng tiềm năng
- Khó kết nối
- Kỹ năng viết, Marketing. Kỹ năng lắng nghe và thuyết trình

# **KN4 : KỸ NĂNG THUYẾT TRÌNH**

**1. Vượt qua sự sợ hãi 2. Mở đầu  
ấn tượng**

**3 Diễn đạt chủ  
đề**

**4. nghệ thuật kết  
thúc**

**5**

**. Tạo phong cách thuyết trình**

# NGƯỜI THUYẾT TRÌNH ẤN TƯỢNG

- + cần sự ch. bị và luyện tập

- + cần có phong cách riêng

- + phải phân tích kỹ lưỡng đối tượng nghe

# SỰ HỒI HỘP

**Ấm ảnh:**

- Hình dung ra những vấp vấp, làm lỗi, thất bại
- và những lời chế nhạo

**Sợ hãi**

- “*Nỗi sợ hãi là kết quả của sự thiếu hiểu biết*
- và *thiếu vững vàng*”

# 1. VƯỢT QUA BẢN THÂN HỒI HỘP

- Ngồi xuống thư giãn,
- Hít thở sâu,
- Cười to,
- Cười tươi.

- Biến micro thành vật ưa thích

## 2. MỞ ĐẦU ẤN TƯỢNG

- Bằng một hoạt động khởi động,
- một ví dụ ,
- một câu chuyện,
- một câu hỏi,
- đồ vui,
- câu chuyện khơi gợi tò mò,
- những con số, sự kiện gây xốc,
- yêu cầu vỗ tay, giơ tay trả lời





# NÊN VÀ KHÔNG NÊN MỞ ĐẦU

## KHÔNG NÊN

- xin lỗi, tăng hăng,
- khôi hài vô duyên,
- đặt câu hỏi đóng ,

## NÊN

- Lấy hơi đầy,
- tập luyện sử dụng từ -
- sử dụng mọi cơ hội để

- hỏi dài, hỏi dai, hỏi dai

luyện tập .

### **3. DIỄN ĐẠT : CHINH PHỤC NGƯỜI NGHE**

#### **BẰNG KỂ CHUYỆN :**

- Gây cảm xúc,
- Trình diễn hình ảnh đẹp,
- Đưa lên cao trào,

- Bất ngờ chấm dứt trong háo hức

# **BẰNG ĐẶT CÂU HỎI**

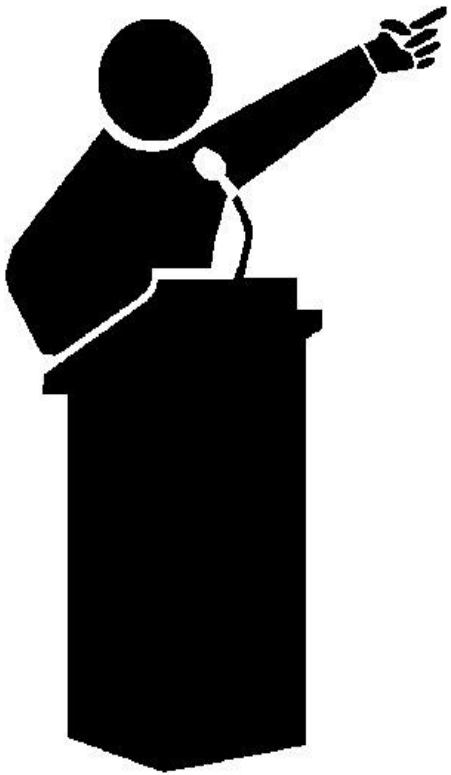
Đặt câu hỏi đúng  
hơn ngàn lần trả lời  
đúng

# TẠO ĐIỂM NHẤN

## Tạo điểm nhấn trong từng nội dung:

- Mở đầu 10%,
- Triển khai 70%,
- Kết thúc 20%

## Xử lý tình huống khi trình bày

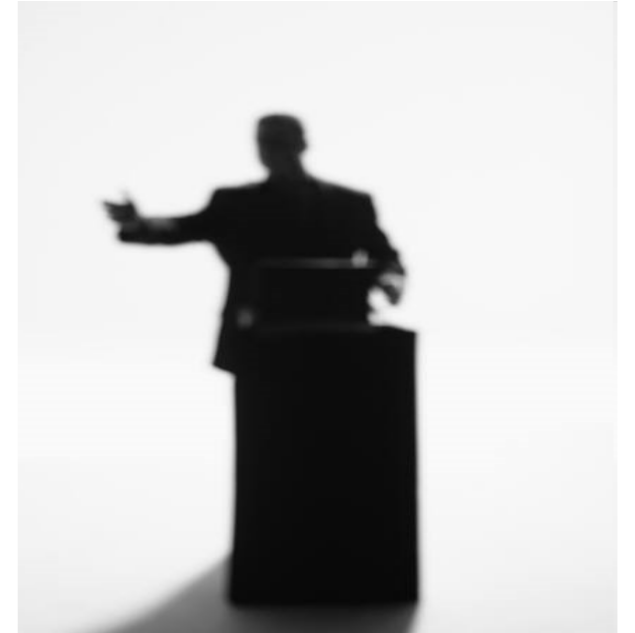
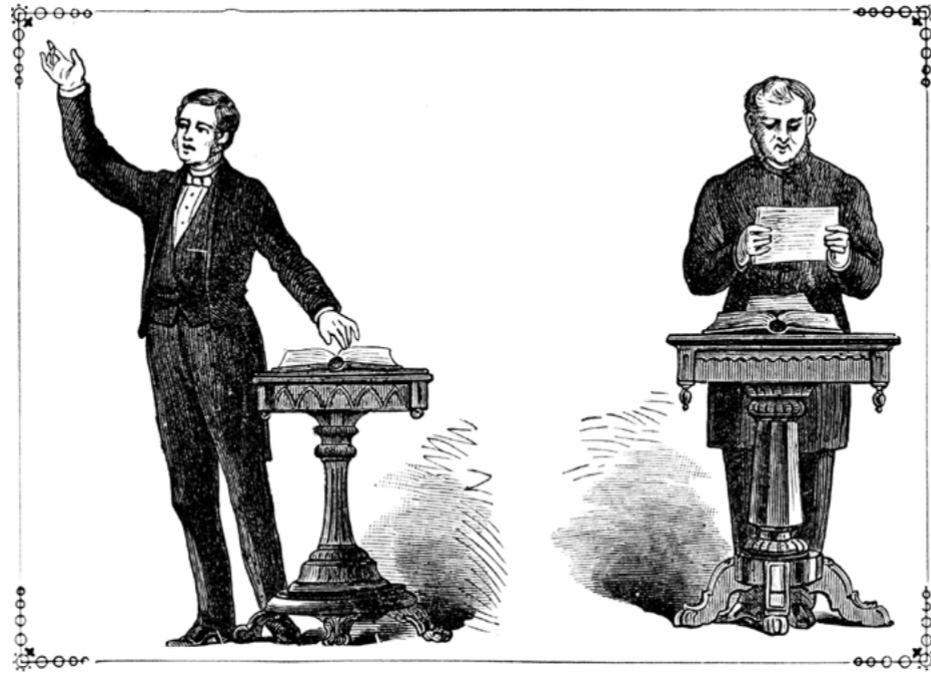


Không chuẩn bị chính là sự  
thất bại trong thuyết trình

## 4. NGHỆ THUẬT KẾT LUẬN

- Những gì bạn nói cuối cùng là những gì thính giả nhớ lâu nhất ( Ebbinghaus)
- Xây dựng cao trào, tạo điều bất ngờ khi sắp kết thúc, để lại dư âm lắng đọng

## 5. PHONG CÁCH DIỄN THUYẾT hãy tạo cho mình một phong cách riêng





*Xin Chaân Thaønh*  
*Caûm Ôn Quùy Vô ñaõ*  
*Quan Taâm Theo Doõi*

