

Thứ Sáu, 31/07/2015 14:36

8 bước để có hệ thống bán hàng vững chắc [1]



Trong kinh doanh, khách hàng là nhân tố quan trọng nuôi sống doanh nghiệp, hệ thống bán hàng đóng vai trò tạo ra doanh thu cho doanh nghiệp. Để doanh nghiệp phát triển thì người lãnh đạo phải xây dựng hệ thống bán hàng gồm: đội ngũ bán hàng chuyên nghiệp, những chiến dịch bán hàng hiệu quả... . Vậy làm thế nào để có một hệ thống bán hàng vững chắc?

8 bước làm sau sẽ giúp mỗi doanh nhân tự tin tạo dựng hệ thống bán hàng vững mạnh.

1. Hòa vốn ở giai đoạn đầu

Hãy cố gắng hòa vốn trong giai đoạn bán hàng ban đầu (tiền kỳ). Nếu bạn có kế hoạch kiếm lời vào lần bán sau (trung kỳ), thì điều này cho phép bạn mở rộng quảng cáo tới các phương tiện truyền thông đại chúng. Đối thủ của bạn, người chỉ bán một sản phẩm, đơn giản không có đủ tiền để trả cho quảng cáo rộng rãi như vậy, mà điều này giúp bạn có nhiều cơ hội tăng trưởng thành nhanh chóng hơn.

2. Hậu kỳ (back end)

Là thuật ngữ để cập đến những lời chào hàng bạn tạo ra tiếp theo sau giai đoạn bán hàng ban đầu. Ví dụ nếu bạn bán bánh răng truyền động, bạn có thể chào một cuốn sách hướng dẫn cách giúp bánh răng này kéo dài thêm 40% tuổi thọ.

3. Ưu đãi một lần (OTO)

Ngay sau khi khách hàng mua một món hàng cũng là lúc họ có thể mua thêm một món khác. Trong trường hợp này, ưu đãi 1 lần (OTO) chỉ được áp dụng nếu họ muốn mua ngay là rất hiệu quả, đặc biệt nếu lời chào hàng thực sự hạn chế, chẳng hạn như giảm tới 50% giá trị sản phẩm không có lần thứ hai.

4. Bán hàng với giá trị cao hơn (up-sell)

Điều này xảy ra khi bạn chào một mặt hàng đắt tiền hơn cho khách vừa mua một sản phẩm rẻ tiền. Cách này có hiệu quả giống như cách chào hàng đồng thời và có thể gia tăng giá trị khách hàng trung bình ngắn hạn của bạn lên một cách ngoạn mục.

5. Bán hàng với giá trị thấp hơn (down-sell)

Cách này dễ thực hiện vì bạn chào khách hàng một sản phẩm khác có giá thấp hơn sản phẩm trước. Nó có thể được sử dụng trực tiếp như loại ưu đãi 1 lần ngay sau khi khách hàng mua hàng và khi họ từ chối mua món hàng có giá trị cao hơn.

6. Thiết lập hệ thống chào hàng

Thiết lập và điều hành một hệ thống chào hàng có kế hoạch và hiệu quả dành cho khách hàng và khách hàng tiềm năng là điều quan trọng nếu bạn muốn có thu nhập thường xuyên và có thể đo lường được từ căn cứ dữ liệu của bạn. Về cơ bản, đây là một loạt các bản chào hàng có hoạch định được gửi vào những ngày tháng được định trước, có thể giúp bạn kiểm tra lợi nhuận tiềm năng tối đa.

7. Thiết lập hệ thống bán hàng tiềm năng

Khi ai đó tỏ ra quan tâm hoặc hỏi thông tin mà chưa mua hàng, thì họ được coi là khách hàng tiềm năng. Bạn nên duy trì hồ sơ dạng khách hàng này và loại khỏi danh sách những khách quen.

Thỉnh thoảng, bạn nên gửi cho họ những bản chào hàng để chiêu dụ họ trở thành khách hàng thực sự. Hãy cố gắng đưa ra nhiều bản chào hàng hấp dẫn hơn và làm mọi việc để khuyến khích họ tiêu tiền cho sản phẩm. Khi ấy, việc khiến họ mua thêm nhiều hàng nữa sẽ dễ dàng hơn.

8. Thiết lập hệ thống khách hàng thường xuyên

Đảm bảo bạn thường xuyên theo sát khách hàng. Hãy thử gửi một bản chào hàng cho sản phẩm mới cách 3 tuần một lần. Khách hàng thường xuyên là nguồn mang lại thu nhập cho bạn. Chia nhỏ danh sách khách hàng để tìm ra người chỉ mới mua một món hàng và sử dụng cùng một chiến thuật bạn sử dụng với khách hàng tiềm năng – những bản chào hàng ngày càng hấp dẫn và có giá trị cao – để chiêu dụ họ mua hàng lần hai.

8 bước để có hệ thống bán hàng vững chắc

Published on Tin Tức Thương Mại Xuất Nhập Khẩu (<http://www.thuongmai.vn>)

Nguồn: hoclamgiau

Kiến Thức: [Kiến Thức Bán Hàng](#) [2]

Source URL: <http://www.thuongmai.vn/8-buoc-de-co-he-thong-ban-hang-vung-chac.html>

Links:

[1] <http://www.thuongmai.vn/8-buoc-de-co-he-thong-ban-hang-vung-chac.html>

[2] <http://www.thuongmai.vn/tin-tuc/kien-thuc/kien-thuc-ban-hang.html>