

Thứ Hai, 24/08/2015 10:17

## Ứng biến thông minh để chinh phục “vạn người mua” [1]



Bạn đang kinh doanh trong một thị trường “trăm người bán vạn người mua”. Nếu muốn tồn tại, bạn phải chinh phục mọi khách hàng ngay lần đàm phán đầu tiên bằng các ứng biến thông minh. Nhanh trí, khéo léo, chân thành và tinh tế trong mọi tình huống là những điểm cộng giúp bạn thành công.

### 1. “Chia để trị”

Nếu chúng ta phải bán hàng cho hai người cùng một lúc, trong đó một người tích cực hơn người kia. Trong tình thế này, hãy tập trung vào vị khách tích cực hơn, đồng thời coi như người còn lại cũng chuẩn bị đồng ý theo.

### 2. “Tích tiểu thành đại”

Bán hàng là một quá trình. “Tích tiểu thành đại”, góp nhặt dần những thỏa hiệp nhỏ của khách hàng và ghép chúng lại với nhau, chúng ta sẽ đạt được một thỏa hiệp lớn. Bán bảo hiểm sẽ dễ dàng hơn nếu chúng ta thỏa hiệp được với khách hàng các vấn đề về: số tiền nộp định kỳ, kỳ hạn thanh toán, phương thức thanh toán và các lợi ích của người được bảo hiểm. Thỏa hiệp được tất cả các vấn đề trên, tự khắc kết quả sẽ là một hợp đồng bảo hiểm trọn vẹn.

### 3. “Giả sử thương vụ đã được hoàn tất”

Đây là một trong những kỹ thuật kết thúc tốt nhất và thường được sử dụng nhất. Giả sử rằng ngay từ đầu chúng ta đã có được đơn hàng. Hãy luôn sử dụng ngôn ngữ như thể là chúng ta chuẩn bị làm ăn với họ, và việc bàn luận giờ sẽ chỉ đơn thuần là làm rõ các chi tiết của hợp đồng. Ví dụ, hãy nói: “Chúng ta hãy bàn đến các phần việc cụ thể nhé!”.

### 4. “Quần ngựa”

Hãy hình dung chúng ta đang nỗ lực để tạo dáng cho một con ngựa với một cái chân đang nhấc lên về phía trước. Để có được một bức ảnh đẹp, nhiếp ảnh gia có thể sẽ phải đi vòng vòng xung quanh khu quần ngựa với hy vọng rằng một lúc nào đấy con ngựa đó đột xuất thông minh nhấc chân lên để anh ta có thể kết thúc công việc chụp ảnh của mình. Công việc cũng sẽ tương tự khi người bán hàng phải làm việc với những vị khách bảo thủ. Sau khi đã cố gắng để hoàn tất công việc mà chưa đem lại kết quả gì, hãy thay đổi chủ đề và sau đó quay trở lại với công việc chính. Nếu chúng ta vẫn bị khách hàng “cự tuyệt”, hãy cố gắng làm lại thao tác như trên cho đến khi nào có cơ hội để thử lại xem đã kết thúc được chưa.

### 5. Miệt mài

Trong bán hàng, chỉ có kiên trì và không đầu hàng mới đem lại cho chúng ta lợi nhuận và hoa hồng. Vì thế, hãy đứng lên sau khi thất bại, hãy làm lại lần nữa.

### 6. Im lặng

Sau khi đưa ra một đề nghị, chúng ta hãy im lặng. Nếu lên tiếng trước chúng ta sẽ thất bại. Đáp lại đề nghị của chúng ta sẽ có thể là “OK!”, hoặc là sự phản đối. Nếu câu trả lời là “OK!”, hãy tiếp tục bằng những điều khoản giao hàng cụ thể. Còn nếu câu trả lời là “Không!”, hãy coi đây là một thông tin quan trọng, nó sẽ giúp chúng ta giải quyết vấn đề và hoàn tất công việc vào lần sau.

### 7. Kết thúc có điều kiện

Khách hàng chắc chắn sẽ dựng lên các rào cản trước mặt chúng ta bằng cách đề nghị cho họ thêm thời gian suy nghĩ, hoặc tránh né việc kết thúc. Ví dụ như “Chúng tôi chưa đủ tiền!”, hoặc “tôi phải đợi sự phê duyệt của sếp”. Trong tình thế như vậy, chúng ta vẫn có thể bán được hàng bằng cách đề nghị: “Có lẽ chúng ta đã hiểu nhau. Như anh nói thì mọi thứ đều ổn cả ngoại trừ có mỗi việc này. Vậy, nếu tôi giúp anh giải quyết được việc này anh sẽ đồng ý mua đúng không?” Ở đây, bí mật để hoàn tất công việc là: hãy để cho họ cam kết mua nếu như chúng ta chắc rằng có thể giải quyết thỏa đáng sự băn khoăn của họ.

### 8. Chỉ ra hiệu quả

- Đưa cho khách hàng một mảnh giấy và một chiếc bút, bảo họ liệt kê tất cả các lợi ích của hàng hóa. Giúp đỡ họ để thiết lập một danh sách càng dài càng tốt và nhớ đánh số thứ tự.

- Tiếp theo, đề nghị họ liệt kê các hạn chế của hàng hóa này. Dĩ nhiên chúng ta sẽ không giúp họ nữa. Kết quả là họ tìm ra rất ít các hạn chế.

- Bây giờ, hãy đề nghị khách hàng phân tích và chỉ ra ý nghĩa của số liệu nêu trên. Kết thúc của vấn đề là họ sẽ tiếp tục xúc tiến việc mua bán với chúng ta.

### 9. Phủ định nhưng hàm ý đồng ý

Hãy hỏi khách hàng xem chúng ta có sai ở đâu không. Một cách khách quan, họ sẽ đánh giá chính xác, từ đó ta có cơ sở để giải quyết những sai sót này. Hãy hỏi họ một loạt câu hỏi mà trả lời thường là “Không”, nhưng hàm ý thuận lợi cho vụ mua bán. Ví dụ, “Anh có quan tâm đến danh tiếng của công ty chúng tôi không?” - Trả lời: “Không!; hoặc “Những điều khoản chúng tôi đưa ra có gì chưa thỏa đáng không?” - Trả lời (vẫn là): “Không!”. Đến lúc này, sau khi đã nhận đủ các câu trả lời kiểu phủ định như vậy, chúng ta có thể kết thúc bằng một đề nghị trực tiếp hơn: “Anh đã thỏa mãn với sản phẩm và dịch vụ mà công ty chúng tôi cung cấp, vậy hãy nói cho tôi biết chúng tôi có thể chuyển hàng cho anh theo địa chỉ nào?”.

### 10. “Giảm giá có thời hạn”

Làm cho khách hàng nghĩ rằng anh ta chỉ có một thời gian ngắn để tận dụng cơ hội mua hàng có thể sẽ giúp chúng ta dễ dàng thỏa thuận để hoàn tất công việc. Chúng ta có thể nói: “Loại hàng này được khuyến mại cho đến 5 giờ chiều nay, sau giờ đó, giá của nó sẽ tăng lên khoảng 30%”. Không cần phải nói chúng ta cũng biết rằng không nên nói dối để bán được hàng, vấn đề là ở chỗ chúng ta phải nói sao cho hợp lý.

### 11. Thiết lập đơn hàng trắng

Đừng xin phép để lập đơn hàng. Hãy bắt đầu đơn hàng với các khoản mục ít rủi ro như: địa chỉ, điện thoại,... rồi dần dần đi tới các khoản mục chính như thời gian giao hàng. Khi các khoản mục đã được hoàn thành, đừng hỏi lại khách hàng xem anh ta có đồng ý hay không, hãy nhờ anh ta xác nhận đơn giản chỉ bằng cách ký tên vào đó.

### 12. Kết thúc dựa vào tình huống tương tự

Nhắc lại một tình huống chúng ta biết chắc sẽ có tác động đến tâm tư của khách hàng. Đó có thể là một câu chuyện có hậu hoặc rất buồn. Giả sử chúng ta đang bán một chiếc xe vào thời điểm cuối năm. Chúng ta có thể kể lại tình huống một khách hàng không tận dụng cơ hội mua xe khi có khuyến mại giá, một tháng sau anh ta phải mua một chiếc xe tồi hơn vì giá chiếc xe ban đầu đã tăng lên ngoài khả năng chi trả của anh ta.

### 13. Kết thúc vào lần gặp sau

Nếu chúng ta không thể hoàn tất thương vụ vào lần này bởi khách hàng thể hiện ý muốn tạm gác lại, hãy thiết lập ngay với họ một cuộc hẹn khác. Vào lần hẹn tiếp theo, tránh đặt ra câu hỏi nghi vấn xem họ có còn ý định mua hay không. Thay vào đó, hãy:

- Bắt đầu bằng cách nói với anh ta một điều gì đó mới mẻ, bất kể đó là chuyện gì.

- Tiếp tục nhắc lại toàn bộ những gì được trình bày lần trước. Dẫn tâm trí cho việc tổng kết những thỏa thuận đạt được trước đó. Chỉ khi nhận thấy dấu hiệu khách hàng có ý định mua chúng ta mới nên để họ ngắt quãng mình.

### 14. Hoàn tất bằng cách xin lỗi vì thương vụ không thành

Khi chúng ta đã thất bại hoàn toàn, trước khi ra về, hãy chân thành xin lỗi cho sự trình bày thiếu sức thuyết phục của mình. Suy cho cùng, chính sự nghèo nàn trong trình bày vấn đề chứ chẳng phải yếu tố nào khác đã khiến khách hàng không đánh giá cao và quyết định không mua hàng.

Chúng ta bối rối, lo lắng vì rằng khách hàng đó chẳng nhận được lợi lộc gì từ hàng hóa và dịch vụ mà chúng ta cung ứng. Hãy hỏi xem mình đã sai ở chỗ nào để lần sau không vấp phải lỗi đó nữa. Dựa trên những phản hồi từ phía khách hàng, chúng ta có thể nhận diện được vấn đề và khắc phục được nó.

### 15. Kiểu chuyển hướng khéo léo

Nếu khách hàng hỏi về các đặc điểm hàng hóa mà họ mong muốn, đừng trả lời trực tiếp. Hãy đáp lại như sau: “Anh thấy sao nếu hàng mà chúng tôi cung cấp có những đặc điểm sau đây...”. Khi câu trả lời là “Được!” thì chúng ta đã bán xong. Nếu quả là như vậy thì rõ ràng hàng hóa đã thỏa mãn các đặc điểm mong muốn.

### 16. Kiểu “Tôi sẽ suy nghĩ kỹ”

Đối với các quyết định lớn, khách hàng thường xuyên biểu hiện sự không chắc chắn khi cam kết. Hãy xác nhận lại quyền lợi của họ bằng cách nói: “Tôi chỉ muốn biết rõ rằng anh cần thời gian để suy nghĩ kỹ vì đây là chuyện hệ trọng, đúng vậy chứ?”. Câu trả lời thường là “Vâng”. Khi đó hãy để họ xác định rõ ràng các lựa chọn bằng cách hỏi về vấn đề cụ thể như: “Anh có cần cân nhắc mức giá không? Cách giao hàng như thế này được chưa? Còn màu sắc thì sao?...”

Hãy tiếp tục hỏi cho đến khi thấy một vấn đề nào đó nữa chưa được giải quyết. Nếu không còn vấn

## Ứng biến thông minh để chinh phục “vạn người mua”

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

---

để gì thì cố gắng hoàn tất công việc. Nếu lại tìm ra một trục trặc khác, hãy hỏi khách hàng xem liệu họ có cần giúp gì không. Nếu họ nói “Có”, hãy tiếp tục giải quyết. Đến lúc này chúng ta đã có thể hoàn tất theo kiểu “thiết lập đơn hàng trắng”.

**Nguồn: hoclamgiau**

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

**Source URL:** <http://www.thuongmai.vn/ung-bien-thong-minh-de-chinh-phuc-van-nguoi-mua.html>

**Links:**

[1] <http://www.thuongmai.vn/ung-bien-thong-minh-de-chinh-phuc-van-nguoi-mua.html>

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