

Dựa trên Hệ thống thuyết phục mạnh mẽ
nhất trên thế giới

9 BƯỚC CHỐT SALES

PHƯƠNG PHÁP CHỐT SALES HIỆU
QUẢ NHẤT CHO SẢN PHẨM
CAO CẤP

JORDAN BELFORT

Dịch bởi Minh Adam Team

LỜI GIỚI THIỆU

Bạn đang cầm trên tay cuốn Ebook **9 Bước Chốt Sales Đường Thẳng** dựa trên Ebook **Nine Point Checklist For Closing The Sale** - Hệ thống thuyết phục đường thẳng của Jordan Belfort được chúng tôi tổng hợp và phiên dịch sang tiếng Việt.

Lần đầu tiên tình cờ tôi xem bộ phim “ Sói già phố Wall” - bộ phim miêu tả lại cuộc đời của Jordan Belfort, tôi đã hoàn toàn bị thuyết phục bởi khả năng bán hàng tuyệt vời của anh ấy. Tôi rất mong muốn mình sẽ được gặp anh ấy một lần.



Hình 1: Bộ phim Sói Già Phố Wall do Leonardo DiCaprio thủ vai chính

Thật may mắn sau đó một thời gian ngắn, khi Jordan Belfort có dịp sang Việt Nam hiếm hoi tôi đã tham dự chương trình kéo dài 2 ngày chuyên sâu của anh ấy. Và sau chương trình đó, tôi đã hoàn toàn bị thuyết phục bởi tính hiệu quả của mô hình hệ thống chốt sales tuyệt vời này.

Tôi cùng với những người bạn khác tham dự chương trình này đã ứng dụng hệ thống của anh ấy và tạo ra những phương pháp bán hàng riêng cho mình thật sự hiệu quả. Đặc biệt khi bán các sản phẩm cao cấp, có giá trị lớn qua điện thoại hoặc trực tiếp tỷ lệ chốt sales của chúng tôi tăng đáng kể.

JORDAN BELFORT

Trong bất kỳ ngành kinh doanh gì, điều quan trọng nhất là bạn cần phải có một hệ thống. Kiến thức thôi chưa đủ, thông tin cũng không đáng giá. Thứ có giá trị nhất là bạn phải có một hệ thống đã được kiểm chứng thành công hàng trăm, hàng nghìn lần. Khi bạn sở hữu được hệ thống như vậy, bạn có thể tạo ra sự giàu có và đột phá trong bất kỳ lĩnh vực gì.

Và Hệ thống thuyết phục đường thẳng gồm 9 bước này thực sự là công cụ tuyệt vời để bạn có thể sao chép và áp dụng trong mọi công việc bán hàng, kinh doanh hay đàm phán mà bạn tham gia.

Hãy đọc thật kỹ từng câu chữ, áp dụng và đắm chìm vào hệ thống này. Bạn sẽ tạo ra sự thành công tột bậc cho cá nhân và đội ngũ của mình.

Cuốn Ebook được tổng hợp và phiên dịch bởi đội ngũ của Minh Adam Team.

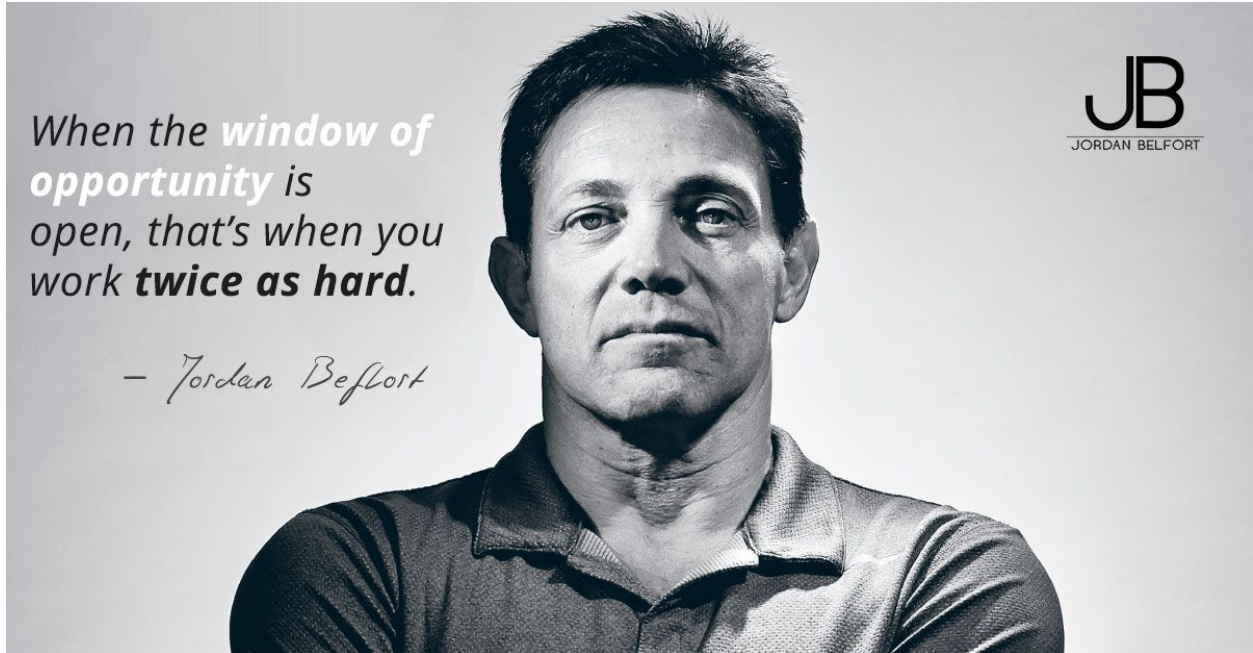
Nếu cần hỗ trợ thông tin bất kỳ thông tin gì, hãy truy cập website: <http://www.minhadam.com/> hoặc Email cho chúng tôi: info@minhadam.com

Chúc các bạn ứng dụng thành công.

Minh Adam

Founder & CEO Minh Adam International & Salesmaster

9 BƯỚC CHỐT SALES ĐƯỜNG THẲNG



Hình 2: Ảnh Jordan Belfort thực tế

Mục tiêu của người bán hàng là chốt được đơn hàng. Đó là trò chơi của bạn. Để đạt được mục tiêu này, bạn cần phải có một kế hoạch hành động rõ ràng - một hệ thống từng bước để giúp bạn dẫn dắt khách hàng một cách nhanh chóng và lịch sự từ lúc bắt đầu câu "xin chào" đầu tiên đến câu nói "có" cuối cùng mà khách hàng đồng ý với bạn.

Đó chính xác là những gì bạn sẽ học được trong Hệ thống thuyết phục đường thẳng. Nó được tôi phát triển vào năm 1989 để giúp cho mỗi người bán hàng trong công ty của mình, bất kể trình độ giáo dục, học vấn, kinh nghiệm, tuổi tác, màu da, chủng tộc hay màu mắt gì đều có thể đạt được kết quả bán hàng vượt trội với sự giàu có to lớn. Tất cả những gì cần phải làm là làm theo chính xác Hệ thống thuyết phục đường thẳng này.

Kể từ năm 1989, hơn 15.000 người đã thực hành theo hệ thống đường thẳng này và mở ra cho mình sự phát triển cá nhân và nghề nghiệp vượt bậc.

Mặc dù hệ thống này có rất nhiều khía cạnh khác nhau và mỗi khía cạnh đều có một ý nghĩa quan trọng riêng. Nhưng thông qua các bước cốt lõi của hệ thống này mà tôi đề cập dưới đây, bạn cũng sẽ dễ dàng để làm chủ được toàn bộ hệ thống này.

Dưới đây là Danh sách Những Điểm quan trọng nhất trong Hệ thống Thuyết phục đường thẳng.

TẠI SAO



Hình 3: Hãy bắt đầu bán hàng bằng câu hỏi “Tại Sao”

Đầu tiên, chúng ta hãy xem lý do tại sao chúng ta bán hàng. Câu hỏi “Tại sao” là yếu tố quan trọng nhất để dự báo cho sự thành công trong tương lai của bạn.

Bạn thật sự thích giao tiếp với mọi người

Công việc của bạn là giúp khách hàng mua những thứ họ cần mua. Bạn cần làm việc chăm chỉ và nỗ lực để vượt qua được những niềm tin hạn chế của khách hàng tiềm

năng. Nếu bạn không thích làm việc với những khách hàng của bạn, sẽ rất khó khăn để bạn có thể thực hiện công việc này một cách tốt nhất.

Bạn tin tưởng vào sản phẩm và công ty bạn đang làm việc



Hình 4: Bạn phải tin sản phẩm và công ty của bạn là tuyệt vời nhất

Có những khía cạnh rất quan trọng, tôi gọi đó là trò chơi bên trong tâm trí - đó là những gì diễn ra trong đầu bạn. Nếu bạn không hoàn toàn bị thuyết phục bởi sản phẩm bạn đang bán là tốt nhất, bạn đang đại diện cho công ty tốt nhất thì làm sao bạn có thể tỏ ra thành thật khi thuyết phục khách hàng tiềm năng mua hàng từ bạn? Nếu bạn không thể tự bán niềm tin đó cho chính mình, hãy tìm một nơi khác để làm việc hoặc một sản phẩm khác để kinh doanh.

Bạn muốn được giàu có



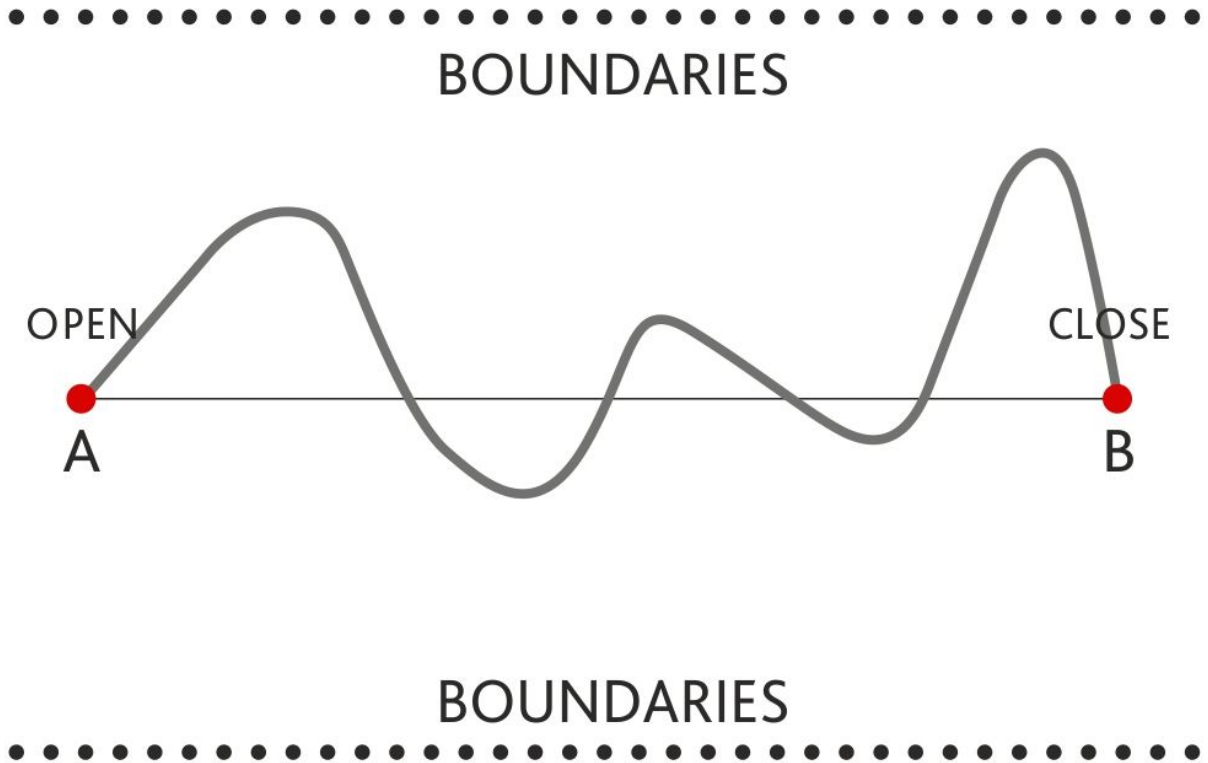
Hình 5: Bạn phải khát khao trở nên giàu có

Tôi muốn nói với bạn rằng không có nghề nghiệp nào có thể mang lại cho bạn sự tự do và tạo ra thu nhập không giới hạn như công việc bán hàng. Những người làm bác sỹ và luật sư có thể kiếm thu nhập từ 6 - 7 con số, nhưng những người bán hàng thậm chí có thể làm tốt hơn như vậy. Công thức thành công vô cùng đơn giản: Chọn đúng ngành, chọn sản phẩm phù hợp và bắt đầu kiếm tiền.

Nếu bạn có thể tự tin rằng mình có cả ba điều trên, tôi chúc mừng bạn vì bạn đang trên hành trình của người bán hàng thành công.

QUY TRÌNH BÁN HÀNG

Bây giờ, chúng ta sẽ chuyển sang chín bước bán hàng của hệ thống thuyết phục đường thẳng. Một vài điều có thể bạn đã biết nhưng cũng có thể là hoàn toàn xa lạ với những người khác.



Hình 6: Ảnh minh họa Hệ thống thuyết phục đường thẳng

1: Gặp Gỡ & Chào Hỏi - 4s Đầu Tiên

Cho dù lần tiếp xúc đầu tiên của bạn với khách hàng tiềm năng trên điện thoại hay là gặp trực tiếp, bạn cũng chỉ có 4s để thiết lập được ba điều để tạo ra sức mạnh hay phá huỷ hình ảnh của bạn trước mắt khách hàng. Ba điều này bao gồm:

Thông minh sắc sảo

Nhiệt tình, máu lửa

Chuyên gia trong lĩnh vực của bạn



Hình 7: Hình ảnh bạn toát ra phải là một chuyên gia trong lĩnh vực của bạn

Những gì bạn nói và quan trọng hơn là cách bạn nói sẽ quyết định liệu khách hàng có muốn tiếp tục trò chuyện với bạn hay không.

2: Thiết Lập Mỗi Quan Hệ

Việc xây dựng mối quan hệ là điều không xảy ra chỉ trong một thời điểm, mà là toàn bộ khoảng thời gian bạn trò chuyện với khách hàng của mình. Hay nói cách khác, bạn luôn luôn phải xây dựng mối quan hệ từ khi bạn bắt đầu mở miệng nói chuyện cho đến khi bạn kết thúc giao dịch, và thậm chí ngay cả sau đó.

QUAN TRỌNG: Hầu hết những người bán hàng đều không hiểu được chính xác nghĩa của từ xây dựng mối quan hệ bởi vì họ không nhớ tới mục đích của cuộc bán hàng. Vì vậy, chúng ta hãy bắt đầu với định nghĩa của từ điển về “xây dựng mối quan hệ” đó là:

Tạo dựng quan hệ chặt chẽ và hài hoà trong đó mọi người hoặc những nhóm quan tâm, hiểu được cảm xúc hay ý tưởng của nhau và có sự giao tiếp tốt.



Hình 8: Bạn phải tạo ra sự kết nối hoàn hảo trong giao tiếp

Xem xét lại ý nghĩa của cụm từ này thông qua mục tiêu chính của người bán hàng là chốt sales. Điều đó có nghĩa rằng tất cả mọi thứ bạn làm khi xây dựng mối quan hệ phải được tập trung và dẫn tới việc kết thúc bán hàng.

Vì vậy, bạn xây dựng mối quan hệ chặt chẽ và hài hoà với khách hàng tiềm năng....để chốt sales

Bạn cố gắng hiểu được cảm xúc hay ý tưởng của khách hàng tiềm năng....để chốt sales.

Bạn giao tiếp tốt và khuyến khích khách hàng tiềm năng giao tiếp tốt....để chốt sales.

Bất cứ điều gì bạn nghĩ, làm hoặc nói mà không phải là tập trung vào việc chốt sales thì cũng không phải là xây dựng mối quan hệ. Vì vậy, hãy thực hiện và tập trung chỉ vào những điều liên quan trực tiếp đến chốt sales.

3: Thu Thập Thông Tin Tình Báo

JORDAN BELFORT



Hình 9: Thu thập đầy đủ thông tin về khách hàng trước khi trình bày

Hầu hết người bán hàng chỉ coi bước này để đánh giá khách hàng tiềm năng, nhưng thật sự nó còn có ý nghĩa nhiều hơn thế. Bạn sẽ loại bỏ những “khách hàng tiềm năng ảo” và cả những người không đủ điều kiện để mua sản phẩm hoặc dịch vụ của bạn.

Nhưng đây cũng là lúc bạn thu thập các dữ liệu quan trọng để chuẩn bị cho bài thuyết trình của mình sau đó. Vì vậy, điều quan trọng là hỏi rất nhiều câu hỏi nhưng không chỉ là những câu hỏi kiểu cũ. Nhớ tới mục tiêu cuối cùng của bạn trong cuộc bán hàng và sắp xếp câu hỏi đúng trình tự để bạn biết được những điều gì trong sản phẩm hoặc dịch vụ của bạn sẽ hấp dẫn nhất đối với khách hàng tiềm năng.

Hãy nghĩ nó như một trò chơi. Khách hàng tiềm năng của bạn có chỗ “ngựa”. Hãy kết hợp với một lợi ích sản phẩm của bạn để gãi “ngựa” chỗ đó. Khách hàng tiềm năng có một nỗi đau. Kết hợp với một lợi ích sản phẩm của bạn để xoa dịu nỗi đau nó.

Hãy bắt đầu với một câu hỏi về “ bức tranh lớn” - những câu hỏi không đòi hỏi mất nhiều thời gian suy nghĩ và cũng không đi quá sâu vào cá nhân của khách hàng tiềm năng. Sau đó dần dần đi vào các câu hỏi cụ thể hơn. Hỏi những câu hỏi đúng theo đúng trình tự sẽ giúp bạn xây dựng được mối quan hệ vì nó thể hiện bạn quan tâm đến khách hàng tiềm năng của mình.

JORDAN BELFORT

Mục tiêu của câu hỏi là giúp bạn xác định nhu cầu, mong muốn, những điều không mong muốn, niềm tin, giá trị và nỗi đau của khách hàng.

4: Chuyển Tiếp

Đây là bước kết nối giữa phần thu thập thông tin với phần trình bày một cách lịch sự. Tôi sẽ cung cấp cho bạn một mô hình chuyển tiếp tôi đã sử dụng thành công trong hơn 25 năm qua. Tôi đã sử dụng nó mà không bao giờ thay đổi vì nó hoạt động rất hiệu quả:

“ Dựa trên những gì mà chúng ta vừa trao đổi, tôi thấy đây là một giải pháp hoàn toàn phù hợp cho bạn”.

Tất nhiên cụm từ “ Những gì chúng ta vừa trao đổi” ám chỉ những thông tin mà bạn thu thập được trong quá trình đặt câu hỏi. Bạn chỉ cần lặp lại theo cách nói đó và cá nhân hoá phần này cho phù hợp với sản phẩm của bạn. Bạn có thể sử dụng từ “ giải pháp” hay “ chương trình” tùy theo cái nào hoạt động tốt hơn cho bạn.

5: Trình Bày

Nếu bạn đã thực hiện tốt phần thiết lập mối quan hệ, bạn sẽ có được các câu trả lời trung thực của khách hàng cho những câu hỏi thông minh, bây giờ là thời điểm để bán giải pháp của bạn.

Hãy nhớ đây là một trò chơi. Bạn cần có một danh sách của tất cả những thứ khách hàng đang tìm kiếm và những lợi ích phù hợp tương xứng mà giải pháp của bạn mang lại. Mục tiêu của bạn là thiết lập một logic để khách hàng mua hàng ngay bây giờ và cả một cảm xúc để khách hàng hành động ngay bây giờ.

6: Đề Xuất Mua Hàng

Tôi rất ngạc nhiên khi thấy có rất nhiều cuộc bán hàng thực sự không có lời đề xuất mua hàng nào từ người bán. Khách hàng hiếm khi chủ động nói với bạn “ Tôi sẽ lấy nó”. Và họ cũng chẳng tự động nói với bạn rằng hãy đến đây và lấy tiền của tôi đi. Họ chờ câu gợi ý của bạn. Vì vậy, hãy hỏi

7: Tiếp Nhận Lời Từ Chối

JORDAN BELFORT

Bạn có thể ngạc nhiên khi thấy đây lại là một bước trong quá trình bán hàng, nhưng bởi vì nó xảy ra thường xuyên nên hãy chuẩn bị cho mình sự sẵn sàng được đón nhận nó. Và đây mới là lúc việc bán hàng thật sự bắt đầu. Tất cả mọi thứ trước bước này chỉ mới là chuẩn bị.

8: Chệch Hướng Sự Từ Chối

Bất kể bạn có làm gì đi chăng nữa, bạn **không được trả lời trực tiếp vào câu từ chối** khách hàng. Tại sao lại vậy ? Bởi vì hầu hết những lời từ chối đó không phải là sự thật. Đó chỉ là một màn khói che đi sự không chắc chắn của khách hàng tiềm năng. Vì thế, việc trả lời trực tiếp vào lời phản đối sẽ không thực sự giải quyết được vấn đề, đơn giản vì bạn chưa biết lý do thật sự đằng sau tại sao phản đối đó được đưa ra.

Thay vào đó, hãy giải quyết sự không chắc chắn của khách hàng. Sự không chắc chắn này tồn tại vì hai lý do:

- Thứ nhất: Khách hàng tiềm năng bỏ lỡ một chi tiết quan trọng trong bài trình bày bán hàng của bạn.
- Thứ hai: Ngưỡng hành động của khách hàng vẫn chưa vượt qua được.

Giờ chúng ta sẽ cùng thảo luận chi tiết về hai lý do này.

Khách hàng tiềm năng bỏ lỡ một chi tiết quan trọng trong bài trình bày bán hàng của bạn.

Để nhận được câu trả lời “ yes” của khách hàng, bạn phải thuyết phục được với họ ở ba khía cạnh quan trọng: Khách hàng phải yêu sản phẩm của bạn, khách hàng phải yêu mến và tin tưởng bản thân bạn, khách hàng yêu mến và tin tưởng công ty của bạn. Và cả ba điều này phải xảy ra tại cùng một thời điểm.

Vì vậy, nếu khách hàng của bạn rất thích sản phẩm của bạn, yêu thương và tin tưởng bạn nhưng chỉ thích công ty của bạn thôi, bạn cũng sẽ chưa thể chốt sales được. Khi bạn nhận được lời từ chối đầu tiên, bạn sẽ phải quay lại bài trình bày và chỉ ra thêm những lý do bắt buộc khác để khách hàng yêu thích sản phẩm bạn, yêu và tin tưởng bạn, yêu và tin tưởng công ty của bạn.

Ngưỡng hành động của khách hàng chưa vượt qua được.

JORDAN BELFORT

Ngưỡng hành động là một điểm trong tiềm thức mà một khi vượt qua được, khách hàng tiềm năng sẽ xác nhận rằng “ Ok, tôi sẽ mua”. Một số người có ngưỡng hành động thấp. Khi đó chúng ta không mất nhiều sức để thuyết phục. Thường thì những người bán hàng giỏi có ngưỡng hành động thấp. Trong khi những người khác có ngưỡng hành động rất cao.



Hình 10: Ngưỡng hành động là Điểm mà khi vượt qua, khách hàng sẽ nói “ Yes, tôi sẽ mua”

Khách hàng tiềm năng của bạn có ngưỡng hành động cao hay thấp phụ thuộc vào những kinh nghiệm trong quá khứ của họ - đó là những điều tốt hay xấu xảy ra trong cuộc sống, đặc biệt là những trải nghiệm với tiền bạc và nhân viên bán hàng. Đó là niềm tin hạn chế - điều mà tôi hi vọng bạn sẽ phát hiện ra trong quá trình thu thập thông tin của mình. Đó là lý do tại sao tôi đã nói với bạn rằng, mục đích của câu hỏi không chỉ xác định nhu cầu của khách hàng tiềm năng mà còn cả niềm tin và giá trị của họ nữa.

Hãy dành thời gian để hiểu họ và bạn có thể thực sự làm giảm ngưỡng hành động của khách hàng tiềm năng. Nhưng nếu bạn vẫn tiếp tục nhận được sự phản đối, đó có thể

JORDAN BELFORT

do một niềm tin tiêu cực trong mua hàng mà bạn chưa giúp khách hàng vượt qua được. Vì vậy một lần nữa, bạn cần quay ngược lại bài bán hàng và chỉ ra thêm những lý do hấp dẫn hơn nhiều lần để khách hàng yêu thích sản phẩm bạn, yêu và tin tưởng bạn, yêu và tin tưởng công ty bạn.

9: Đề xuất mua hàng một lần nữa

QUAN TRỌNG: Bởi vì bạn có thể dự đoán được ít nhất một lời từ chối và bạn cũng đưa ra được lý do để khách hàng yêu thích sản phẩm, yêu và tin tưởng bạn, yêu và tin tưởng công ty của bạn sau khi bạn làm chệch hướng sự từ chối, hãy dành lý do **thuyết phục nhất ở phần kết thúc cuối cùng.**



Hình 11: Để lời đề nghị tốt nhất ở phần cuối cùng bán hàng

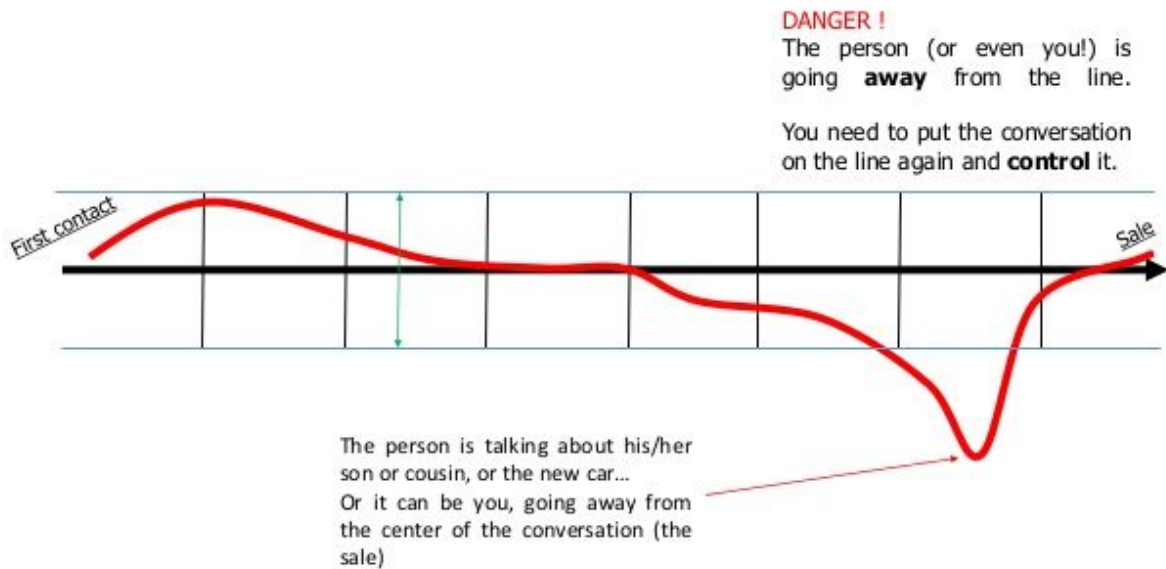
ĐIỀU CUỐI CÙNG

Cách nhanh nhất, dễ nhất để tạo ra sự giàu có là sử dụng một hệ thống. Các nhà khoa học hành vi đã công nhận điều này. Kể cả các nhà khoa học xã hội cũng công nhận

JORDAN BELFORT

như vậy. Và những người bán hàng thành công, các doanh nhân và chủ doanh nghiệp thành công cũng đều làm điều này.

The script of the Line is crucial



Hình 12: Ảnh minh họa hệ thống bán hàng đường thẳng

Tôi đã chia sẻ cho bạn những phác thảo của hệ thống thuyết phục đường thẳng.

Những người bán hàng thông minh luôn tìm kiếm những phương pháp khác nhau - một tư duy mới, một chiến lược mới hoặc một kỹ thuật mới để giúp họ tăng thêm doanh thu. Có lẽ bạn cũng sẽ tìm thấy điều gì đó trong bản danh sách chín bước thuyết phục đường thẳng ngày hôm nay để giúp bạn kiếm thêm nhiều thu nhập hơn nữa.

Chỉ cần bạn không ngừng học hỏi. Hãy đầu tư vào một hệ thống thuyết phục và bán hàng được kiểm chứng. Những kiến thức bán hàng bạn đã tích lũy được chỉ giúp đưa bạn đến tình trạng hiện nay. Với một hệ thống, hệ thống của tôi, nó sẽ đưa bạn lên đỉnh của trò chơi này và giữ bạn ở đó mãi mãi.

*Thân ái,
Jordan Belfort*