

SIÊU
BÁN
HÀNG

The logo consists of the words 'SIÊU', 'BÁN', and 'HÀNG' stacked vertically in a bold, sans-serif font. The text is white with a black outline and is set against a black, trapezoidal background that tapers to the right. To the right of this background is a stylized lightning bolt symbol, also in white with a black outline, pointing downwards.

BẢN QUYỀN TÁC GIẢ

Tác phẩm: **SIÊU BÁN HÀNG**

Tác giả: **PHAN THANH DŨNG**

Bản quyền tác phẩm này thuộc về tác giả. Hiện do Nhà xuất bản Thế giới phát hành ấn bản trên toàn quốc.

Không phần nào trong tác phẩm này được phép sao chép hay chuyển sang bất cứ hình thức, phương tiện nào, dù là điện tử, in ấn, ghi âm hay bất cứ hệ thống phục hồi và lưu trữ thông tin nào nếu không có sự cho phép bằng văn bản từ tác giả.

PHAN THANH DŨNG

SIÊU
BÁN
HÀNG



Mục lục



Lời mở đầu	7
Giới thiệu tác giả	11
Chương 1: Rõ ràng tạo nên sự dễ dàng	18
Ngày 1: Tám bản đồ giúp bạn bán được hàng để như ăn cơm	19
Chương 2: Hành trình trải nghiệm khách hàng với 7 mức độ	26
Ngày 2: Thấu hiểu nguyên tắc, làm chủ cuộc đời, chiến thắng cuộc chơi	27
Ngày 3: Kiếm tiền hay mức tiền?	38
Ngày 4: Nguyên tắc tạo mưa tiền.....	49
Ngày 5: 4 Nguyên tắc cốt lõi để bán được hàng.....	62

Ngày 6: 3 câu hỏi cốt lõi trong kinh doanh giúp bạn bán được nhiều hàng, kiếm được nhiều tiền81

Ngày 7: Sưu tầm testimonials
- yếu tố gia tăng doanh số cấp số nhân91

Chương 3: Thấu tỏ và làm chủ

quy trình bán hàng 8B.....98

Ngày 8: Bán thân đi nào.....99

Ngày 9: Ban tặng là sức mạnh.....110

Ngày 10: Start game & End game117

Ngày 11: Ứng dụng và áp dụng128

Ngày 12: Ngưng ngay việc không hiệu quả135

Ngày 13: Bán buôn là câu chuyện của tình thương.....142

Ngày 14: Anh bán cá viên chiên ở ngã ba đèn xanh đèn đỏ và chữ “bám”151

Ngày 15: Làm gì để có thể giúp được 100.000 người trong bất cứ lĩnh vực nào ta theo đuổi?161

Lời kết170

SIÊU BÁN HÀNG

Bí mật để trở thành bậc thầy bán hàng trong lĩnh vực của bạn

Lời mở đầu



Bạn thân mến!

Tôi thật sự rất vui và hạnh phúc khi bạn chọn lật và đọc những trang đầu tiên của cuốn sách này.

Là một người bán hàng chuyên nghiệp, hơn ai hết tôi rất hiểu cảm giác khách hàng đón nhận những giá trị mà mình trao đến họ **và sau đó là tiền chảy về tài khoản hoặc túi** của mình. Tôi rất thích cảm giác đó và điều đó diễn ra liên tục trong cuộc đời tôi.

Tuy nhiên, để trở thành một người bán hàng chuyên nghiệp như hôm nay, xuất phát điểm của tôi từng là một anh “giáo viên” nghèo khó, có cái nhìn tiêu cực với bán hàng và vô cùng sợ bán hàng.

Nhưng rồi dòng đời xô đẩy, gia đình tôi rơi vào cảnh khốn cùng vì “phá sản”, buộc tôi phải đứng lên kiếm miếng ăn cho mình và giúp đỡ gia đình ra khỏi tình cảnh trở trêu ấy.

Để rồi sau hơn 7 năm dấn thân, tôi đã tìm ra bí quyết thành công trong việc bán hàng với công thức bán hàng mới, tên gọi là bán hàng 8B. Với công thức này, tôi đã mang về doanh thu cho công ty của mình hơn 10 tỷ đồng ngay cả khi xuất phát điểm của tôi là một người sợ bán hàng. Nếu bạn thắc mắc 8B là gì thì tôi sẽ tiết lộ ngay!

8B là một quy trình bán hàng bao gồm 8 chữ B đầu tương ứng với 8 chữ, đó là: Bản – Ban – Bận – Bàn – Biểu – Bán – Bám – Bè.

Bạn chưa cần hiểu sâu 8B là gì ở những trang đầu tiên của cuốn sách này. Tuy nhiên thông qua các trang sách tiếp theo, bạn sẽ được giải thích cặn kẽ hơn. Với quy trình này, tôi đảm bảo bạn sẽ thấy việc bán hàng dễ như ăn cơm.

Tuy nhiên, đừng tin tôi vội bởi đó là trải nghiệm của tôi đúc rút ra ở dạng “tu tuệ” có nghĩa là thực chứng trong trải nghiệm đời tôi. Bạn cần trải nghiệm, hành động để những gì được truyền tải trong sách thành của bạn.

PHAN THANH DŨNG

Là một người yêu thích “sự chuyển đổi tích cực” cho độc giả của mình, tôi đã lựa chọn cách truyền tải thông điệp, ý nghĩa thông qua các câu chuyện để bạn dễ dàng hình dung và hiểu trọn điều tôi muốn truyền tải.

Và vẫn chưa hết, để các thông điệp ấy thật sự trở thành của bạn, cuối mỗi câu chuyện tôi đã đặc biệt thiết kế một số thử thách dành cho bạn để đọc tới đâu là được thực hành và hiểu sâu tới đó. Có nhóm kín dành cho độc giả thực hành, bạn sẽ tìm thấy nhóm kín ấy khi đọc tiếp cuốn sách này.

Vậy nên về bố cục, cuốn sách được chia thành 3 chương với 15 ngày chuyển hóa, mỗi ngày là một câu chuyện và các câu chuyện này sẽ giúp bạn ngộ ra rất nhiều bài học về bán hàng.

Cụ thể là ở Chương 1, tôi sẽ nói nhanh về bức tranh nội dung tổng quát của cuốn sách này. Ở Chương 2, thông qua 7 câu chuyện đầu tiên, tôi sẽ giúp bạn nhận thức rõ về hành trình trải nghiệm khách hàng.

Kế đến là Chương 3 với 7 câu chuyện tiếp theo sẽ giúp bạn thấu tỏ về quy trình bán hàng 8B, thứ đã giúp cho tôi tạo ra doanh số hơn 10 tỷ đồng bất chấp thị trường khó khăn.

SIÊU BÁN HÀNG

Bí mật để trở thành bậc thầy bán hàng trong lĩnh vực của bạn

Một lần nữa, tôi rất hạnh phúc khi bạn lựa chọn đọc tiếp những dòng chữ này và để không lãng phí thời gian, mời bạn đọc ngay sang trang tiếp theo.

Phan Thanh Dũng

TP.HCM, 5/11/2023

Giới thiệu tác giả



Qúy độc giả thân mến!

Trong công thức bán hàng 8B, chữ B đầu tiên- “Bản” là quan trọng nhất.

Bản ở đây là bản thân mình.

Bản thân mình là ai, mình có nội lực, năng lực, giải pháp, kỹ năng, sản phẩm, lợi điểm gì... để từ đó giúp cho công việc bán hàng của mình trở nên dễ dàng hơn?

Tôi luôn tâm niệm, làm gì thì làm. Đầu tư cho kiến thức và kỹ năng của mình là đầu tư quan trọng nhất và sinh lợi nhuận nhiều nhất.

Điều đầu tiên, tôi chúc mừng bạn đã lựa chọn cuốn sách này vì bạn đã dám dành thời gian, công sức thậm chí là đầu tư tiền bạc để sở hữu và đọc nó.

Thứ hai, tôi chân thành biết ơn bạn đã lựa chọn triết lý bán hàng 8B. Có thể bây giờ bạn chưa rõ ràng đó là gì, bạn sẽ hiểu hơn sau khi đọc và thực hành các bài tập trong cuốn sách.

Lưu ý, cuốn sách này không dành cho lĩnh vực bán hàng thông qua thương mại điện tử. ***Cuốn sách này dành riêng cho những ai đang bán hàng mà cần tư vấn, thuyết phục khách hàng.***

Cuốn sách này sẽ cực kỳ phù hợp cho những ai đang cần một quy trình, một triết lý bán hàng đúng đắn để áp dụng vào các lĩnh vực mà có thể bạn đang làm như tư vấn, đào tạo, coaching các sản phẩm thiên về giáo dục, sức khỏe, sắc đẹp, bảo hiểm, bất động sản, ...

Đây là phần giới thiệu tác giả, tuy nhiên cũng phải thành thật một điều rằng, tôi là ai không quan trọng bằng việc tôi có thể giúp được gì cho bạn.

Sẽ thật rỗng tuếch nếu tôi nói với bạn rằng tôi đang làm chúc danh này, chúc danh nọ trong khi những điều đó chẳng có ý nghĩa gì với bạn cả. Tuy nhiên, nếu

PHAN THANH DŨNG

bạn vẫn tò mò tôi có điều gì nổi bật thì xin phép tôi được giới thiệu sơ lược qua về mình.

Tôi họ tên đầy đủ là Phan Thanh Dũng. Hiện tại đang là Tổng Giám đốc của CTCP Truyền thông Giá Trị Việt và là tác giả của hơn 4 cuốn sách khác.

Điểm mạnh của tôi là bán hàng rất giỏi với các sản phẩm cần tư vấn thông qua môi trường online lẫn offline. Nếu bạn đang chuyển dịch hoặc muốn phát triển mạnh công việc kinh doanh của bạn trên môi trường internet, chúng ta sẽ rất phù hợp với nhau đấy.

Thông qua phần giới thiệu tác giả, tôi muốn tâm sự một chút về câu chuyện tại sao cuốn sách này ra đời.

Chuyện là năm 2017, tôi bắt đầu tập tành bước chân vào lĩnh vực bán hàng. Vì xuất thân là dân Sư phạm nên gần như tôi chẳng có tí kinh nghiệm gì về bán hàng.

Rồi tôi tìm và học cách bán hàng, tôi nghe được một triết lý bán hàng rất hay mà các công ty bảo hiểm, bất động sản, đa cấp đang làm và đang đào tạo, đó là 3B (Bạn – Bàn – Bán).

Triết lý này nói rằng, trước khi bạn bán được cho khách bạn cần phải làm “bạn” với họ trước, sau đó “bàn”

luận với nhau để tìm hiểu vấn đề và sau đó nếu bạn có giải pháp phù hợp thì bạn “bán” cho họ.

Nghe có vẻ rất hay và cũng hợp lý. Tuy nhiên, tôi cảm thấy nó thiếu rất nhiều thứ. Rồi tôi tiếp tục tìm tòi và sau đó tôi được nghe sâu hơn về triết lý bán hàng 5B (Bạ – Bàn – Bán – Bám – Bè).

Triết lý này nói rằng, trước khi bạn bán được cho khách bạn cần phải làm “bạ” với họ trước, sau đó “bàn” luận với nhau để tìm hiểu vấn đề và sau đó nếu bạn có giải pháp phù hợp thì bạn “bán” cho họ. Bán được rồi thì bạn “bám” để chăm sóc họ. Cuối cùng, bạn đề nghị họ trở thành “bè” hay còn gọi là cộng tác viên hoặc hợp tác để kinh doanh cùng bạn.

Tôi thấy có rất nhiều sự cải tiến trong triết lý 5B này nhưng tôi vẫn chưa thật sự thỏa mãn với 5B. Và thế là tôi quyết tâm thực chiến để tự mình tìm ra một quy trình chi tiết và dễ sử dụng hơn.

Là một thanh niên bước chân vào đời không có gì để mất cộng với quyết tâm vươn lên sau khi gia đình gặp biến cố dẫn đến phá sản...

Trong tôi là một sự khao khát thành công trong bán hàng đến tột cùng, tôi hiểu rằng thu nhập của tôi sẽ

PHAN THANH DŨNG

tỷ lệ thuận với năng lực bán hàng của tôi. Vậy nên, tôi mạnh mẽ dẫn thân không ngại hay sợ thất bại.

Nói là không sợ nhưng thật sự tôi cũng rất ngán thất bại và đó là điều không thể tránh khỏi. Tuy nhiên với tinh thần học hỏi kinh nghiệm sau thất bại...

Những dự án bán hàng thành công bắt đầu đến với đời tôi. Doanh thu của tôi bắt đầu tăng lên từ 10 triệu mỗi tháng lên con số 20 triệu, 30 triệu, 50 triệu, 100 triệu, 200 triệu, 500 triệu và có lúc mỗi tháng vượt con số 1 tỷ.

Với sự tinh tiến ấy, tôi liên tục phân tích đâu là công thức cho sự thành công này.

Tôi chiêm nghiệm, đúc rút và tìm ra được 8 chữ B trong bán hàng khiến tôi thành công hết lần này đến lần khác. Và tôi gọi đó là phương pháp bán hàng 8B. Bao gồm:

Bản: Cách tập trung vào nội lực của bản thân mình và làm dày thêm giá trị của mình trong bán hàng.

Ban: Cách ban tặng, cho đi để dễ dàng được người khác yêu mến.

Bạn: Cách trở thành bạn với khách hàng một cách tự nhiên mà không cần phải gồng người nịnh hót, đánh mất mình.

SIÊU BÁN HÀNG

Bí mật để trở thành bậc thầy bán hàng trong lĩnh vực của bạn

Bàn: Cách trò chuyện với khách hàng như hai người bạn để khách sẵn sàng chia sẻ nỗi đau, cản trở, trở ngại của họ cho mình.

Biểu: Cách làm cho họ khao khát sở hữu thứ mà mình đang muốn bán thông qua việc kích thích vào ngũ quan của họ.

Bán: Cách tạo ra bài bán hàng chuyển đổi cao bán như không bán.

Bám: Cách chăm sóc khách thông minh để họ luôn tin yêu và nghĩ tốt đến bạn.

Bè: Cách biến khách hàng thành những người giới thiệu cuồng nhiệt cho công việc kinh doanh của bạn.

Đó là sơ lược về 8B, điều mà tôi khám phá ra. Để đào sâu nó hơn, bạn cần đọc từ đầu đến cuối cuốn sách này.

Vì nhiều lý do, nội dung chính trong cuốn sách này sẽ chỉ tập trung vào 2 từ khóa chính, đó là “hành trình khách hàng” và “bán hàng 8B”. Nếu bạn thích học trực tiếp từ tôi, bạn có thể đăng ký học miễn phí tại: www.banduochang.com

Cuốn sách này không chỉ dừng ở chỗ đọc cho biết thông tin mà được cấu trúc thành một chương trình “tự thực hành và chuyển hóa” trong 15 ngày.

PHAN THANH DŨNG

Mỗi ngày là thử thách nhỏ trong “hành trình trải nghiệm khách hàng” và “quy trình bán hàng 8B”. Khi bạn thấu hiểu 2 mắt xích quan trọng này cùng với những kiến thức mà tôi chia sẻ, bạn hãy thực hành những thử thách nhỏ trong sách. Cam đoan với bạn, bạn sẽ thấy nội lực mình dày hơn mấy năm nay của bạn cộng lại.

Hãy ghi chú tùy thích vào cuốn sách này, bởi lúc đó tôi và bạn là đồng tác giả. Đừng sợ dơ sách, sách mua về để đọc, để phân tích, lập luận và ngộ ra con đường, công việc cần làm chứ không phải mua sách để trưng lên kệ.

Ngoài đọc sách ra, bạn cũng có thể tham gia vào Cộng Đồng Bán Hàng 8B để giao lưu và học hỏi từ tôi cũng như những người khác.

Hãy truy cập trang web: ***www.banhang8b.com*** để được tham gia vào cộng đồng.

Còn bây giờ, mời bạn hãy lật ngay sang trang tiếp theo để đọc và thực hành thử thách nhỏ của ngày đầu tiên trong hành trình 15 ngày chuyển hóa trở thành Siêu bán hàng với triết lý bán hàng 8B.

Chương 1



Rõ ràng tạo nên sự dễ dàng



Ngày 1: Tám bản đồ giúp bạn bán được hàng dễ như ăn cơm

Bạn thân mến!

Khi đọc những dòng chữ này, tôi tin rằng bạn đang là một người rất quan tâm đến việc cải thiện năng lực bán hàng của mình để từ đó gia tăng thu nhập theo cấp số nhân.

Người xưa có câu “phi thương bất phú”, thật vậy! Không có con đường nào làm giàu nhanh bằng con đường kinh doanh và bán hàng. Và cuốn sách này dĩ nhiên là nói về điều đó.

Một ngày đẹp trời, tôi và vợ của tôi đang ngồi thưởng thức bữa tối, đột nhiên tôi vô tình bật ra một

câu nói: Cuộc sống là một hành trình đi tìm đáp án cho những câu hỏi và sống trong những câu trả lời.

Chỉ là vô tình bật ra thôi nhưng ngẫm lại thì thấy câu nói ấy quá chính xác với thực tế trong cuộc sống của chúng ta. Chúng ta đang đi tìm đáp án cho những câu hỏi và khi tìm được câu trả lời, chúng ta sống với những điều đó!

Đây là chương đầu tiên của cuốn sách. Vậy bạn có câu hỏi là cuốn sách này nói về điều gì không?

Rất cụ thể, nội dung cuốn sách này tập trung vào hành trình 15 ngày chuyển hóa giúp bạn từ một tay mơ bán hàng thành một người bán hàng với tâm thức bán hàng chuyên nghiệp. Như đã chia sẻ ở phần giới thiệu tác giả, tôi có nói về 2 từ khóa chính trong xuyên suốt cuốn sách này là “hành trình trải nghiệm khách hàng” và “quy trình bán hàng 8B”.

Với hành trình trải nghiệm khách hàng, những trang sách tiếp theo chúng ta sẽ cùng nhau đồng hành và đào sâu vào 7 mức độ. Việc thấu hiểu hành trình tâm lý trải nghiệm khách hàng sẽ giúp bạn có cái nhìn đúng đắn hơn về bán hàng và khi đó, bạn sẽ không còn bán hàng theo bản năng nữa mà sẽ bán hàng theo đúng cấu trúc tâm lý của người mua hàng. Cụ thể 7 mức độ đó như sau:

PHAN THANH DŨNG

Từ mức 0 đến mức 1: Chúng ta sẽ cùng nhau đào sâu về ý tưởng làm thế nào để làm cho người lạ thành người biết mình.

Từ mức 1 đến 2: Chuyển biến người biết mình thành người thích mình.

Từ mức 2 đến 3: Chuyển biến người thích mình thành người ngưỡng mộ mình.

Từ mức 3 đến 4: Chuyển biến người ngưỡng mộ mình thành người mua sản phẩm/dịch vụ chất lượng từ mình.

Từ mức 4 đến 5: Chuyển biến người mua sản phẩm/dịch vụ chất lượng từ mình thành người marketing cho mình.

Từ mức 5 đến 6: Chuyển biến người marketing cho mình thành người bán sản phẩm/dịch vụ chất lượng giúp mình.

Từ mức 6 đến 7: Chuyển biến người bán sản phẩm/dịch vụ chất lượng giúp mình thành người mua thêm nhiều sản phẩm/dịch vụ chất lượng từ mình.

Đó là nội dung đầu tiên của cuốn sách. Và ở 7 ngày kế tiếp chúng ta sẽ cùng nhau đào sâu một chủ đề khác với chiến lược bán hàng 8B để bán dễ dàng những gì bạn muốn. 8B bao gồm:

SIÊU BÁN HÀNG

Bí mật để trở thành bậc thầy bán hàng trong lĩnh vực của bạn

B1: Bản

B2: Ban

B3: Bạ

B4: Bàn

B5: Biểu

B6: Bán

B7: Bám

B8: Bè

Đó là những gì mà bạn học – tập – thực chiến được ở cuốn sách này. Sẽ có rất nhiều điều thú vị được chia sẻ thông qua những câu chuyện mà tôi truyền tải vào, mỗi khi đọc xong 1 câu chuyện tương ứng với 1 ngày, bạn hãy dành nhiều thời gian để trả lời các câu hỏi thực hành mà tôi truyền trao đến bạn.

Đây không phải là cuốn sách đọc cho vui, đây là một cuốn sách có bài tập thực hành, bạn càng lưu tâm nhiều đến các nội dung thì mức độ thấm thấu và tâm đắc của bạn sẽ càng được bộc lộ, lúc ấy công việc bán hàng của bạn sẽ càng thuận lợi và làm cho bạn thêm yêu công việc bán hàng.

PHAN THANH DŨNG

Chúc bạn có những trải nghiệm tuyệt vời với cuốn sách nhỏ này! Còn bây giờ, để tiện cho việc thực hành cuốn sách này. Tôi mời bạn tham gia Cộng Đồng Bán Hàng 8B. Hoặc quét mã QR này để tham gia Cộng Đồng Bán Hàng 8B:



Lưu ý: Giống như vũ công tập nhảy trước khi biểu diễn một bài nhảy, bạn sẽ được luyện từng động tác để rồi sau đó ráp lại thành một vũ công bán hàng với điệu nhảy trao giá trị cho khách hàng tiềm năng. Còn bây giờ chúng ta sẽ làm bài tập đầu tiên của ngày hôm nay, đó là:

SIÊU BÁN HÀNG

Bí mật để trở thành bậc thầy bán hàng trong lĩnh vực của bạn

Hãy tìm tòi ở Google, nghiên cứu ở sách vở, quan sát đời thực rồi viết xuống ít nhất 3 chiến lược để chuyển biến từ “người lạ thành người biết bạn” thông qua internet. Sau đó, hãy gửi bài tập vào phần bình luận của đường link này <https://bit.ly/bhbaitap1> hoặc quét mã QR dưới đây:



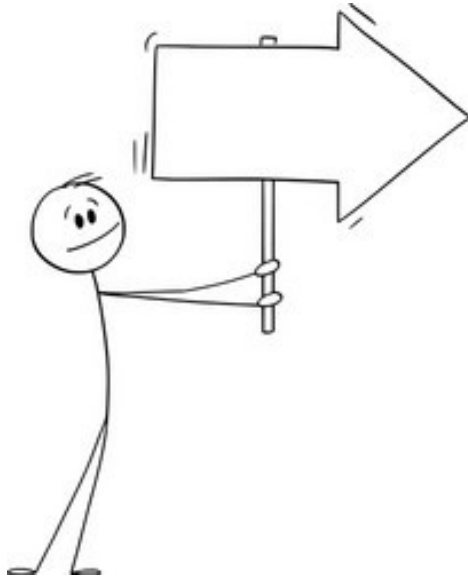
Hành trình vạn dặm luôn bắt đầu bằng bước chân đầu tiên. Hãy bước bước đầu tiên bằng cách hoàn thành bài tập mà tôi giao cho bạn, hành động thẳng không hành động.

Lời khuyên chân thành, đừng đọc tiếp cuốn sách này trừ khi bạn đã hoàn thành được bài tập 1.

Chương 2



Hành trình trải nghiệm khách hàng với 7 mức độ



Ngày 2: Thấu hiểu nguyên tác, làm chủ cuộc đời, chiến thắng cuộc chơi

Dừng đòi hỏi sẽ ra được kết quả gì trong giai đoạn này, đây chỉ là giai đoạn “mài rìu” chứ chưa chặt cây đâu...

Đó là câu nói mà tôi thường hay “**tự nói với chính mình**” trong những giai đoạn đầu của việc bắt đầu một công việc gì đó mới hoặc một lĩnh vực gì đó mới.

Bởi khi chúng ta bắt đầu một điều gì đó mới, chúng ta sẽ gặp rất nhiều rào cản, trở lực và phần lớn trường hợp “**bỏ cuộc giữa chừng**” không phải vì chúng ta thiếu tư duy, kiến thức, phương pháp, công cụ mà là do chúng ta thiếu tự tin vào những gì chúng ta đang làm.

SIÊU BÁN HÀNG

Bí mật để trở thành bậc thầy bán hàng trong lĩnh vực của bạn

Tâm lý con người luôn luôn sẽ “nản” với những thứ “không chắc chắn”, ai cũng vậy thôi, tuy nhiên với những ai chế ngự, quản lý, làm chủ được tiếng nói nhỏ bên trong con người mình (ý thức, lương tâm) thì 80% họ đã đạt được mục tiêu, vấn đề còn lại chỉ là đi tìm phương pháp hiệu quả và “hành động cần mẫn” để thời gian chứng minh thành quả mà thôi.

Việc bán hàng cũng thế, không ai sinh ra đã giỏi việc bán hàng mà phần lớn đều do rèn luyện mà thành. Tất cả những bà mẹ trên thế gian này đều sinh ra những em bé.

Tôi nhấn mạnh thêm một lần nữa là tất cả bà mẹ trên “thế giới giàu có” này đều chỉ sinh ra những em bé đúng nghĩa mà thôi và đa số chúng ta đều khởi đầu gần như giống nhau, thế cho nên việc bạn hay ai đó giỏi hoặc dở điều gì đó phần lớn là do rèn luyện mà có hoặc do môi trường tác động tình cờ mà có.

Khi hiểu điều này mong bạn hãy bớt hoặc ngưng hẳn việc viện dẫn những lý do nực cười như đó là “**nhà người ta**” còn nhà mình thì thế này thế nọ để rồi làm mình tự nhụt chí mà thay vào đó hãy tự nói với chính mình:

Ông đó, bà đó, con đó, thằng đó, nhỏ đó làm được thì mình cũng làm được. Mình chỉ cần...

PHAN THANH DŨNG

Thứ nhất: Mình tin 1.000% mình chắc chắn làm được.

Thứ hai: Mình có mục đích và mục tiêu rõ ràng, cụ thể và hết sức chi tiết.

Thứ ba: Mình có phương pháp hiệu quả, kế hoạch rõ ràng.

Thứ tư: Mình bền chí kiên gan, kiên nhẫn, cần mẫn làm những việc cần thiết để đạt được mục tiêu như con kiến tha lâu đầy tổ.

Bạn phải hiểu rằng sự chắc chắn không tự nhiên mà có mà đó là quá trình bồi đắp liên tục từ những trải nghiệm cảm xúc của cá nhân. Điều này có liên quan gì đến việc bán hàng?

Rất liên quan, thật sự rất liên quan ở chỗ:

Khi bạn bắt đầu bán hàng, bạn thiếu tự tin vì bạn chưa bao giờ nhận ra bạn đang bán hàng. Bạn sợ bán hàng!

Khi ai đó khai sáng cho bạn rằng bán hàng là cuộc sống, bạn có thêm tí xíu niềm tin vào việc bán hàng để bán được hàng và tạo ra thu nhập.

Sau đó, bạn đi tìm một sản phẩm hoặc một dịch vụ để bán và trở trêu thay bạn bị từ chối ngay từ lần đầu tiên, viên gạch của sự chắc chắn vừa xây bị búa rìu từ chối “đập tan tác” và nát thành từng mảnh – mọi thứ

SIÊU BÁN HÀNG

Bí mật để trở thành bậc thầy bán hàng trong lĩnh vực của bạn

bắt đầu lung lay và bạn sụp đổ. Trải nghiệm cảm xúc này thay vì làm bạn sợ bán hàng, bạn chuyển sang ghét bán hàng vì bạn không thích cảm giác bị từ chối một chút nào...

Bạn đã bỏ ra nhiều công sức để thuyết phục như thế mà họ chỉ lắc đầu nói “không” thôi sao?

Niềm kiêu hãnh trong bạn bị lung lay, cái tôi của bạn bị tổn thương và chương trình thất vọng, giận dữ, chán ghét của bạn được kích hoạt như bật cầu dao bơm nước. Sự giận dữ, thất vọng, chán ghét tuôn xối xả như nước được xả van.

Chia buồn với bạn, con quỷ trong bạn đã được dịp sống lại và đang chế ngự tâm hồn yếu đuối của bạn. Nhưng rồi sau đó, bằng khả năng ý thức tuyệt vời mà tạo hóa ban cho...

Bạn bắt đầu nhận thức được rằng giận dữ, chán ghét, thất vọng cũng chẳng giải quyết được cái bụng đói của mình, ước mơ được đi du lịch tự do hay mua sắm thoải mái của mình và xa hơn là đứa con đang thèm sữa của mình hoặc xa hơn nữa là những hóa đơn hàng tháng như điện, nước, wifi, đồ ăn, thức uống, tiền nhà trọ, tiền vay ngân hàng, tiền học cho con, tiền đám tiệc, tiền cho việc phát triển mối quan hệ và phát triển bản thân...

PHAN THANH DŨNG

Bạn cảm thấy cuộc sống này thật mệt mỗi khi không có thu nhập và một ý tưởng lóe lên vì những lời tôi nói:

Không bán hàng được đồng nghĩa với không có thu nhập, bán hàng chỉ đơn giản là bán được hàng, bán hàng là cuộc sống, bán hàng là thuyết phục, bán hàng là khơi gợi và tạo cảm xúc cho khách hàng tiềm năng rung rinh con tim lẫn khối óc để đôi bàn tay động đậy đến túi tiền.

Bán hàng là giúp người khác giải quyết vấn đề thông qua lợi ích sản phẩm/dịch vụ mà mình đang bán, bán hàng là một nhịp flow theo dòng chảy rõ ràng, bán hàng phải có kịch bản chuẩn đi theo một đường kẻ - *follow the line*, bán hàng là việc thấu hiểu tâm lý, thói quen của người tiêu dùng.

Bạn bắt đầu lật thái độ tiêu cực của mình sang mặt tích cực như lật bánh tráng vì bạn lại thấm thía thêm rằng cảm xúc tiêu cực tồn tại vì một mục đích tích cực, từ bùn sen nở - từ khổ người tài. Bạn nhận thức được là mình đang khổ quá rồi và mình mà vượt qua thì chắc mình cũng tài thật. Bạn bắt đầu xắn tay áo hoặc vén váy lên để bắt đầu một cuộc đời mới:

Chạy!

SIÊU BÁN HÀNG

Bí mật để trở thành bậc thầy bán hàng trong lĩnh vực của bạn

Bạn bắt đầu hiểu rằng để bán được hàng hay gọi cách khác là không bị khách hàng từ chối, bạn cần phải thay đổi phương pháp, tư duy và thái độ sống. Bạn bắt đầu nghiêm túc hơn với những bài tập mà tôi đưa cho vì bạn hiểu rằng những gì tôi đưa cho là hiệu quả - có nghĩa là mang lại hiệu suất cao và có thể nhân bản được, bạn bắt đầu nuốt từng chữ và nghiệm từng giây những kiến thức, bài tập mà tôi đưa cho...

Kết quả là kiến thức của bạn ngày càng tăng, tư duy của bạn ngày vững vàng, khả năng chốt sale của bạn ngày càng điêu luyện, khách hàng cảm ơn bạn rối rít, túi tiền của bạn ngày càng đầy, tài khoản ngân hàng thì tiếng báo tin nhắn “ting ting” liên tục, bạn đi du lịch thoải mái, mua sắm không nhìn giá, phụng dưỡng và báo hiếu cha mẹ đủ đầy. Điều gì xảy ra vậy?

Sự chắc chắn của bạn như cái vòng xoắn ốc ngày càng được mở rộng ra – điều tích cực kéo theo điều tích cực, người người ngưỡng mộ bạn và càng nhiều người nhờ thêm sự giúp đỡ từ bạn, bạn ngày càng giàu. Wow!!!

Nghe thì sướng thật đấy nhưng thôi hãy “quay lại thực tại” đi, bởi tất cả những điều đó xảy ra khi và chỉ khi bạn giỏi được kỹ năng bán hàng. Và để giỏi được kỹ năng bán hàng, bạn phải giỏi việc tạo ra cảm xúc cho

từng hoạt động trong hành trình trải nghiệm khách hàng. Ở ngày hôm qua với bài tập 1...

Bạn đã được động não, tìm tòi, khám phá về việc làm như thế nào để biến một người lạ thành người biết mình và cũng đã viết ra được những chiến lược cực kỳ thú vị nhưng nếu đã làm bài tập, bạn sẽ nhận ra điều sau đây:

Đa phần bạn làm lạc đề vì tôi chỉ hỏi bạn là làm thế nào để người lạ thành người biết mình chứ không phải là người thích mình và đặc biệt là bạn phải động não trong việc tìm kiếm chiến lược trên môi trường online, môi trường internet chứ không phải môi trường truyền thống.

Thật ra một phần là do tôi hỏi không rõ ràng, tuy nhiên đó cũng là mục đích của tôi để bạn ấn tượng với điều mà tôi vừa nói ở bên trên. Quay trở lại điều cốt cán là ở đây tôi sẽ chia sẻ chiến lược biến người lạ thành người biết mình thông qua internet. Đơn giản thôi:

Đầu tiên, việc người ta biết mình xuất phát từ việc người ta để ý đến mình, mà để người ta để ý đến mình thì mình phải có cái gì đó thu hút. Vậy truy ra tường tận nguyên nhân cốt lõi rồi và câu hỏi đặt ra có phải là:

Mình có gì để thu hút người khác khiến họ để ý đến mình để nhận biết được mình trên môi trường internet?

Với bản thân tôi khi gặp câu hỏi này thì tôi trả lời như sau:

Để người ta chú ý đến mình thì điều đầu tiên người ta phải bị mình thu hút đã, có rất nhiều yếu tố thu hút như là: thẩm mỹ, làm màu, sự khác biệt...

Nhưng những điều đó cũng chỉ là thoáng qua thôi, tôi phát hiện ra rằng: Thứ làm cho người ta bị thu hút dài lâu và ấn tượng nhất chính là ***mình có được những thứ mà người ta đang khao khát và thèm thuồng có được hay còn gọi là mình có giá trị.***

Điều này có ý nghĩa là gì?

Đơn giản lắm, ý nghĩa của điều này là, để thu hút một ai đó – hãy tìm hiểu xem họ đang cần gì và sau đó tạo ra một món quà miễn phí giúp họ giải quyết được vấn đề của họ. Làm như thế nào để tạo ra một món quà tặng miễn phí?

Ở các nội dung sau, tôi sẽ tiết lộ cho bạn cách cụ thể để tạo ra một món quà tặng miễn phí mà làm một lần sử dụng nhiều lần. Mà thú vị ở chỗ là chiến lược “quà tặng miễn phí” hay ở hai gạch đầu dòng.

PHAN THANH DŨNG

Thứ nhất, có thể tặng cho hàng ngàn người, hàng chục ngàn người vì đa phần trong cuộc sống chúng ta đều gặp vấn đề na ná nhau.

Thứ hai, từ trong tiềm thức của con người luôn luôn muốn được đáp ơn. Khi chúng ta tặng cho ai đó một món quà gì đó để giúp họ giải quyết vấn đề, chúng ta sẽ có được một yếu tố vô cùng quan trọng trong mối quan hệ của ta với khách hàng tiềm năng là ta có uy quyền trong mắt họ, uy quyền trong tiềm thức của họ. Họ sẽ tìm cách trả ơn ta bằng cách này hay cách khác nếu tương tác với họ đủ nhiều. Vậy uy quyền là gì?

Là việc ta hơn họ được một điều gì đó, biết nhiều hơn họ một việc gì đó hoặc có nhiều hơn họ một việc gì đó. Đây là yếu tố tâm lý rất quan trọng giúp chúng ta bán được hàng, có uy với khách hàng tiềm năng của mình để họ lắng nghe lời nói, lời trình bày của mình.

Vậy nên bạn biết câu trả lời dưới góc độ của tôi rồi đó:

Việc người ta biết đến mình xuất phát từ việc người ta để ý đến mình, mà để người ta để ý đến mình thì mình phải có cái gì đó thu hút. Đây là nguyên tắc, còn những gì bạn trình bày chỉ là chiêu thức mà thôi.

SIÊU BÁN HÀNG

Bí mật để trở thành bậc thầy bán hàng trong lĩnh vực của bạn

Và chiêu thức xuất phát từ nguyên tắc – sau này khi thiết kế hoạt động cho hành trình biến người lạ thành người thích mình, bạn hãy dựa vào nguyên tắc này và đọc lại bài viết này để tìm ý tưởng. Lời nói gió bay, con chữ thì còn mãi!

Và chia sẻ thế cũng quá dài cho một bài viết rồi, bây giờ bạn sẽ làm bài tập ngay hôm nay nhé. Lưu ý là bài tập hôm nay sẽ khiến bạn hiểu rõ ràng hơn về mục tiêu thu nhập của chính bạn, vì nếu không có cột mốc cụ thể thì rất khó để đo lường và duy trì động lực. Vậy nên, bạn vui lòng hoan hỷ trả lời những câu hỏi sau với tất cả tấm lòng của mình để làm đòn bẩy cho những hoạt động về sau:

Thứ nhất, hãy trình bày ít nhất 5 lý do tại sao bạn phải bán được hàng?

Thứ hai, hãy bỏ qua những giới hạn và bạn muốn từ giờ đến cuối năm bạn đạt được mức thu nhập cụ thể là bao nhiêu tiền?

Thứ ba, để đạt được mục tiêu đó thì bạn cam kết làm ít nhất 5 điều gì mỗi ngày và nếu không hành động mỗi ngày thì bạn sẽ phạt bản thân mình điều gì?

PHAN THANH DŨNG

Thứ tư, hãy trình bày ít nhất 5 chiến lược biến người biết mình thành người thích mình. Nếu được, hãy tìm nguyên tắc cho việc tại sao người ta thích mình để phát triển thêm những chiêu thức về sau.

Hãy nhớ rằng cuộc sống là một hành trình tìm đáp án cho những câu hỏi và sống trong những câu trả lời, trả lời được nhiều chừng nào, hiệu quả chừng nào thì cuộc sống dễ dàng chừng ấy.

Sau đó hãy gửi bài tập vào đây để được chỉnh sửa:
<https://bit.ly/bh8bbaitap2>

Hoặc quét mã QR dưới đây để vào nơi nộp bài tập...



Chúc bạn có một ngày chiến thắng chính mình mạnh mẽ.

Ngày 3: Kiếm tiền hay mục tiêu?

Nếu bạn đã đặt ra được cho mình một mục tiêu cụ thể về tài chính, tiền bạc thì chúc mừng bạn bởi vì bạn đã có sự rõ ràng với chính bản thân mình. Bạn biết không?

Con đường ngắn nhất để bạn đạt được những gì bạn muốn là biết được chính xác mình muốn gì. Tuy nhiên chỉ muốn thôi chưa đủ, bởi chúng ta đang sống trong một thế giới rất có nguyên tắc, đó chính là “nguyên nhân tạo ra kết quả hay còn gọi là hành động tạo ra kết quả”. Việc kiếm tiền cũng thế, kiếm tiền cũng có những nguyên tắc riêng của nó.

Tiền bạc không khơi khơi tự rơi xuống đầu bạn đâu mà phải có một nguyên nhân gì đó để tạo ra được kết

PHAN THANH DŨNG

quả. Ví dụ như làm công ăn lương, bán hàng, đầu tư hoặc đơn giản là đi ăn xin...

Cho dù là gì đi nữa, để kiếm được tiền thì bạn phải bỏ công bỏ sức ra mà lao động để đổi lấy thành quả chứ lười biếng giống như há miệng chờ chuối rụng thì bao giờ mới có tiền?

Nhiều người cứ nghĩ rằng việc đầu tiên để có tiền là phải đi kiếm tiền, sai rồi tiền xung quanh ta có thiếu đâu mà kiếm?

Xung quanh ta đang có dòng chảy vô hình của hàng chục tỷ đô la vây quanh như sông như biển vậy đó, tiền không thiếu bởi xung quanh ta ngập tràn tiền. Không tin bạn cứ nhìn xung quanh đi, tiền vô số kể. Nhưng mấu chốt là gì?

Tiền đó hoặc dòng tiền đó ta đang không sở hữu, để sở hữu thì chúng ta phải làm một cái gì đó để “mức tiền”. Việc nhận thức được tiền đang tồn tại xung quanh ta nhiều vô số kể là một nhận thức hết sức lý thú bởi lúc đó chúng ta sẽ thôi không đi kiếm tiền nữa mà bây giờ chỉ tập trung vào mức tiền mà thôi. Nhìn mà xem...

SIÊU BÁN HÀNG

Bí mật để trở thành bậc thầy bán hàng trong lĩnh vực của bạn

Người ăn xin đang mức tiền vào túi mình từ lòng thương hại của người khác.

Bà bán cháo lòng đang mức tiền vào túi mình từ việc cung cấp bữa ăn cho người khác.

Giáo viên đang mức tiền vào túi mình từ hoạt động giảng dạy của mình cho học sinh.

Anh chạy Grab đang mức tiền vào túi mình bằng việc giúp người khác di chuyển.

Nhân viên bất động sản, cò đất đang mức tiền vào túi mình bằng việc giới thiệu mảnh đất phù hợp cho người muốn định cư.

Tôi thì đang mức tiền của ai đó bằng việc bán cho họ một cuốn sách hoặc đào tạo họ một kỹ năng gì đó. Bạn thấy chưa?

Bản chất của câu chuyện bán hàng là câu chuyện chúng ta mức tiền bằng điều gì và chúng ta đang giúp một ai khác giải quyết được điều gì thông qua cái giá mức của chúng ta. Vậy câu hỏi đặt ra, bạn đang mức tiền thông qua điều gì và liệu bạn đã biết cách mức tiền hiệu quả hay chưa?

Mức tiền hiệu quả ở đây có nhiều điều để bàn luận chẳng hạn như mức một lần mà được nhiều tiền hay

mức ít tiền mà mức được nhiều lần, chúng ta sẽ bàn về điều này sau. Quay trở lại câu chuyện mục tiêu về tiền bạc, tài chính của bạn...

Giả sử mục tiêu của bạn là một trăm triệu từ giờ đến cuối năm, làm thế nào để đạt mục tiêu này?

Nói đến mục tiêu lại muốn nói đến ở Việt Nam đang rộ lên một phong trào là sử dụng sức mạnh tiềm thức, luật hấp dẫn, tự kỷ ám thị, NLP để đạt được mục tiêu bằng cách hình dung, tưởng tượng, nhắc đi nhắc lại việc mình muốn đạt được mục tiêu và biết ơn sau đó cầu xin được Vũ Trụ giúp đỡ, gửi nguồn lực.

Bạn có thể tìm hiểu thêm những cuốn sách như là *Sức mạnh tiềm thức, bí mật* để hiểu thêm hoặc có thể đọc Chương 13 của cuốn sách *Phương pháp ghi nhớ đỉnh cao* mà tôi là tác giả để hiểu thêm điều này. Để làm gì?

Bằng việc hình dung, tưởng tượng về việc bạn mong muốn – bạn sẽ xác định rõ ràng hơn về mục tiêu của mình và việc lặp đi lặp lại hình ảnh mà bạn mong muốn sẽ giúp bạn nhớ đến mục tiêu của mình mà hành động đúng hướng hơn – chúng ta là một loài động vật bậc cao nhưng hay quên.

Và với việc bạn cảm nhận sự biết ơn sau đó cầu xin nguồn lực từ Vũ Trụ để làm những điều ý nghĩa hơn cũng hợp lý thôi vì có một sự thật là chúng ta là một phần của Vũ Trụ, Vũ Trụ trong ta và ta là một Tiểu Vũ Trụ trong một Đại Vũ Trụ.

Chúng ta là con của Vũ Trụ, của Mẹ Thiên Nhiên – chẳng lẽ đứa con của mình xin nguồn lực để khởi nghiệp, lập nghiệp làm đại sự giúp đỡ người khác còn Vũ Trụ giàu có, dư dả và đầy tình yêu lại nỡ từ chối hay sao?

Tuy nhiên, chỉ sử dụng những điều trên thôi chưa đủ vì như những gì tôi chia sẻ từ đầu, bạn đang sống trong một Thế Giới có nguyên tắc là “hành động thì mới tạo ra kết quả” và với mục tiêu của bạn, bạn cần phải có một chiến lược, một kế hoạch rõ ràng để đạt được nó. Bằng cách nào?

Tôi sẽ chia sẻ cho bạn vào những nội dung tiếp theo của những ngày khác trong cuốn sách này. Bây giờ chúng ta sẽ quay lại với vấn đề quan trọng của ngày hôm nay, đó là **hành trình biến những người biết mình thành những người thích mình**.

Vậy câu hỏi đặt ra là làm thế nào để chuyển biến người biết mình thành người thích mình?

PHAN THANH DŨNG

Như tôi đã chia sẻ từ trước, chiến thuật không quan trọng bằng nguyên tắc – những câu trả lời thiên về mặt chiến thuật ở thời điểm hiện tại, bạn có thể tự tìm hiểu và trả lời sẽ tốt hơn là tôi trả lời nhưng về mặt nguyên tắc thì tôi sẽ phân tích cho bạn hiểu bản chất của việc người ta thích mình đến từ đâu để bạn tự điền thêm vào ô chiến thuật của bạn. Vậy bản chất của việc người ta thích mình đến từ đâu?

Để trả lời câu hỏi này, bạn hãy nghĩ đến hai tổ chức tôn giáo được nhiều người biết đến và yêu thích nhất nhì thế giới, đó là Thiên Chúa giáo và Phật giáo. Vậy câu hỏi đặt ra là tại sao nhiều người biết đến và nhiều người yêu thích hai tổ chức tôn giáo này?

Câu trả lời đơn giản là do khi đến với những tổ chức tôn giáo, con người ta thường nhận được sự động viên, khích lệ, cách thức để vượt qua nỗi khổ, niềm đau và tiến về sự bình an, vui vẻ và hạnh phúc hoặc đưa hoàn cảnh, cảm xúc của bản thân về mức cân bằng.

Điều này nói lên một điều rằng để làm người khác thích mình, mình phải đồng cảm, lắng nghe với những vấn đề của họ và rồi hỗ trợ họ giải quyết được những khó khăn trước mắt, sau đó phải tìm mọi cách mang lại cho họ càng nhiều tiếng cười càng tốt trong cuộc sống của họ.

SIÊU BÁN HÀNG

Bí mật để trở thành bậc thầy bán hàng trong lĩnh vực của bạn

Tóm lại, để họ thích mình, mình phải “lấy đi được nỗi buồn của họ” và mang đến cho họ được nụ cười rạng rỡ hoặc một tương lai mới hơn, sáng hơn, đẹp đẽ hơn. Con người là thế, họ chỉ quan tâm những vấn đề của chính bản thân họ là nhiều!

Lấy ví dụ về việc tôi trước đây tán tỉnh người vợ của mình (một phi vụ tôi bán thân mình thành công). Tôi và bạn ấy chỉ biết nhau thông qua internet và cụ thể là qua Facebook.

Một người ở miền Bắc, một người ở miền Nam – hai người cách nhau hơn 2.000km. Vậy tôi đã làm cách nào để có thể khiến cô ấy Nam tiến – có nghĩa là vượt hơn 2.000km để đến Sài Gòn và lập nghiệp, lập gia đình cùng tôi?

Điều đầu tiên như nhiều bạn đã trả lời ở bài tập 2 rằng phải đẹp đẽ, sạch sẽ về profile cá nhân, ăn nói phải cởi mở - lịch sự, avatar phải có ảnh đại diện chính chủ chứ không thể xuề xòa hình con mèo, Pikachu hay cái cây hoặc con cá được. Rồi sau đó phải like, phải comment quan tâm những status của người ấy để người ấy để ý...

Tất cả chỉ là những chiêu thức và sẽ như muối bỏ bể, vô ích nếu như ngay từ đầu tôi không xác định mục

PHAN THANH DŨNG

tiêu rõ ràng – mình sẽ chuyển biến cô gái này thành ý trung nhân của mình. Việc tiếp cận một điều gì đó với một mục tiêu rõ ràng sẽ là động lực mạnh mẽ khiến chúng ta hành động và băng băng tiến về đích.

Tiếp đến, tôi một lần nữa sử dụng đúng nguyên tắc để người ta thích mình, đó là lắng nghe, đồng cảm với những nỗi khổ niềm đau của họ và sau đó gỡ rối cho họ từ từ và rồi tung đòn quyết định, vẽ ra cho họ được một tương lai tươi sáng hơn với những lời nói ý nghĩa mà mình gieo cho họ và tưới tắm liên tục.

Làm đúng nguyên tắc này, tôi tiếp cận với cô ấy và bắt đầu trò chuyện. Trong lúc trò chuyện, tôi tìm mọi cách để cô ấy mở lòng mình ra mà chia sẻ về những câu chuyện cá nhân của cô. Thay vì những câu hỏi mang nặng tính hỏi cung, điều tra như em ăn cơm chưa, em có đói bụng không, em sắp đi ngủ chưa thì tôi thay đổi bằng việc hỏi những câu hỏi mở có nhiều đáp án trả lời như:

Hôm nay em vui vì điều gì?

Ngày hôm nay của em có gì thú vị kể anh nghe với nào?

Với việc nhận đáp án từ những câu hỏi mở mà mình hỏi, tôi để ý – nắm bắt và ghi nhớ để có dữ liệu mà

tương tác. Lúc trò chuyện thì mới biết rằng cô ấy vừa chia tay người yêu và có ý định không yêu ai nữa. Điều này cũng giống như khách hàng tiềm năng từ chối mua hàng khi mình còn chưa trình bày món hàng vậy.

Tôi cũng không phản ứng gì nhiều, tiếp tục kiên nhẫn lắng nghe những nỗi khổ, niềm đau của cô gái ấy và tình nguyện làm cái thùng rác để cô ấy xả, xả nhiều lần thì cô ấy mất đi sự phòng thủ là tôi đang cửa cảm cô ấy.

Thành công bước 1, lắng nghe và đồng cảm nên tôi chuyển qua bước thứ 2, dẫn dắt và hướng cô ấy về một tương lai tươi sáng hơn mà cô ấy xứng đáng có được.

Và quy trình lắng nghe, đồng cảm để hiểu lẫn dẫn dắt về một tương lai tươi sáng cứ liên tục lặp đi lặp lại cho đến khi cô ấy ra một quyết định khác về mối quan hệ trai gái và cho chính tương lai cô ấy một cơ hội mới về chuyện tình cảm, nhận biết đã đến đúng thời điểm cô ấy từ biết đến mình chuyển sang thích mình nên tôi đề xuất cô ấy vào Nam và tôi hỗ trợ thêm. Cô ấy gật!

Chuyện còn dài nhưng tựu trung nguyên tắc là như thế - Tôi viết dài như thế này cũng vì một lòng một dạ thông qua câu chuyện cá nhân của mình để chứng minh cho bạn thấy “nguyên tắc làm người khác thích mình rất đơn giản”, nó chỉ xoay quay những từ khóa như:

PHAN THANH DŨNG

Niềm vui, nỗi buồn, lấy đi, mang đến, lắng nghe, đồng cảm, dẫn dắt, hướng đến, cân bằng, hạnh phúc, thành công.

Và tôi tin rằng thông qua việc bạn thấu hiểu nguyên tắc này, bạn sẽ tiếp cận với khách hàng tiềm năng với mục tiêu rõ ràng hơn. Sau đó sẽ kiên nhẫn lắng nghe họ, đồng cảm với họ và rồi mang đến cho họ những bài học, những niềm vui, những tiếng cười nhiều hơn. Họ chắc chắn sẽ thích bạn.

Tạm ngưng bài chia sẻ ngày hôm nay và bạn sẽ bước đến phần luyện tập của ngày hôm nay với 2 bài tập thú vị:

Bài tập 1: Hãy viết một bài viết dài hơn 500 từ kể lại câu chuyện mà bạn đã làm cho ai đó thích bạn và sau đó phân tích những yếu tố mà bạn làm cho họ thích bạn.

Bài tập 2: Hãy trình bày ít nhất 5 chiến thuật để chuyển biến một người nào đó thích bạn thành người ngưỡng mộ bạn và nếu được, hãy tìm nguyên tắc đằng sau việc này.

Bài tập 3: Rõ ràng tạo nên sự dễ dàng, chúng ta cần bắt đầu với mục tiêu xác định. Có câu nói là “bán hàng tỷ lệ thuận với thu nhập”, vậy bạn hãy xác định mục tiêu từ giờ đến cuối năm nay, bạn quyết tâm mức được bao nhiêu tiền từ công việc bán hàng của bạn?

SIÊU BÁN HÀNG

Bí mật để trở thành bậc thầy bán hàng trong lĩnh vực của bạn

100 triệu, 200 triệu... nhiều hơn nữa?

Cho dù là bao nhiêu thì cũng hãy hoàn thành bài tập này và gửi vào nhóm kín.

Chúc bạn làm bài tập trong sự vui vẻ. Sau khi làm xong hãy gửi lại bài vào nhóm nhé. Link gửi bài tại đây: **<https://bit.ly/bh8bbaitap3>**

Hoặc bạn có thể bật phần chụp ảnh của điện thoại lên, sau đó tìm chỗ và quét mã QR để được chuyển hướng thẳng đến nơi nộp bài tập.



Chúc bạn mạnh mẽ vượt qua bài tập này!

Ngày 4: Nguyên tắc tạo mưa tiên

Một buổi sáng như mọi ngày bình thường trước khi làm việc, tôi có thói quen đọc báo để cập nhật tin tức. Chợt đôi mắt dừng lại ở một bài viết có tiêu đề “*Tham vọng của ông chủ TikTok*”.

Tôi tò mò về người đàn ông trị giá 100 tỷ đô la và bắt đầu đọc, càng đọc càng cảm thấy hay về những gì viết về ông – ngài Zhang Yiming. Tên của Zhang được đặt theo một câu tục ngữ cổ của Trung Quốc, có nghĩa là “làm mọi người ngạc nhiên ngay từ lần thử đầu tiên”.

Trong bài viết có một đoạn mà tôi vô cùng ấn tượng về ông, đó là: Đồng nghiệp của Zhang nói rằng ông là người rất giỏi kiểm chế. Họ hầu như không biết lúc nào người đàn ông này vui hay buồn. Trong các buổi

trò chuyện, Zhang luôn giữ tốc độ và âm lượng đều đều. Biểu cảm mãnh liệt nhất ông từng thể hiện chỉ đơn giản là câu nói “Làm thế nào điều này có thể xảy ra?”.

Câu nói “Làm thế nào điều này có thể xảy ra?” thật sự là một câu nói quá quyền năng mở cho chúng ta những cánh cửa cơ hội mới để chinh phục được mục tiêu và ước mơ.

Nhân dịp tình cờ đọc được câu nói này, tôi cũng lấy nó làm phần mở đầu cho chủ đề ngày hôm nay để tiếp tục bàn luận về việc làm như thế nào để có thể chinh phục cột mốc tài chính mà tôi đã hỏi bạn ở ngày hôm qua.

Nếu bạn vẫn chưa làm thì hãy quay trở lại và hoàn thành bài tập 3. Nếu bạn đã làm bài tập rồi thì hãy đọc tiếp những dòng tiếp theo đây.

Giả sử tôi trả lời rằng, từ giờ đến cuối năm, mục tiêu tài chính của tôi đơn giản là có thêm được 100 triệu VNĐ vào tài khoản ngân hàng của mình.

Vậy làm thế nào điều này có thể xảy ra?

Với kinh nghiệm đã đọc hơn 1.000 cuốn sách và kinh doanh thực chiến với vai trò là Tổng Giám đốc của CTCP Truyền thông Giá Trị Việt – hoạt động

dưới thương hiệu LUSKILL thì tôi khẳng định, để tạo mưa tiền chúng ta cần thấu hiểu một nguyên tắc mà tôi tự đặt cho nó cái tên là nguyên tắc tạo mưa tiền.

Bằng việc thấu hiểu nguyên tắc này và sống một cách kỷ luật, chúng ta không chỉ gia tăng thu nhập theo cấp số cộng mà con số thật sự sẽ đi theo cấp số nhân.

Lần đầu tiên tôi biết nguyên tắc này khi tôi đọc cuốn sách *Bí quyết tay trắng trở thành triệu phú* của tác giả Adam Khoo, thật sự thì trước đó đọc xong tôi cũng không ấn tượng cho mấy nhưng sau này khi đã vượt qua được giai đoạn làm công ăn lương để tiến tới việc lập doanh nghiệp kinh doanh thì tôi thấm thía công thức này một cách rất sâu sắc bởi vì sao?

Bởi vì lập doanh nghiệp là để kinh doanh và kinh doanh thì phải tạo ra được lợi nhuận, tạo ra máu để nuôi sống doanh nghiệp. Và công thức này trực tiếp chi phối đến kết quả doanh thu, lợi nhuận của một doanh nghiệp nên nó là cực kỳ quan trọng.

Vậy công thức, nguyên tắc tạo mưa tiền này là gì và bao gồm những điều nào lại vi diệu đến thế?

Nó là tập hợp của 8 yếu tố mà bạn cần tìm hiểu một cách từ tốn sau đây, lưu ý hãy dành thời gian nghiên cứu thật kỹ yếu tố được gọi là xương sống thu nhập của bạn:

Yếu tố 1: Lượng khách hàng tiềm năng (1)

Lượng khách hàng tiềm năng là số lượng khách hàng tiềm năng mà công ty có được thông qua các kênh trả phí quảng cáo để có hoặc khách hàng tự tìm đến hoặc do người quen giới thiệu.

Ví dụ ở tháng 1/2023 đến tháng 12/2023 – LUSKILL có lượng khách hàng tiềm năng là 1.000 người.

Yếu tố 2: Tỷ lệ mua hàng trung bình (2)

Tỷ lệ mua hàng trung bình là tỷ lệ khách hàng tiềm năng trở thành người mua hàng. Ví dụ ở tháng 1/2023 đến tháng 12/2023, LUSKILL có lượng khách hàng tiềm năng là 1.000 người. Và cứ 10 người thì có 3 người mua hàng từ công ty thì tỷ lệ mua hàng trung bình là 30%.

Yếu tố 3: Lượng khách hàng thật sự (3)

Từ lượng khách hàng tiềm năng (1) và tỷ lệ mua hàng trung bình (2) chúng ta nhân với nhau thì sẽ ra được lượng khách hàng thật sự (3). Ví dụ ở tháng 1/2023 đến tháng 12/2023, LUSKILL có lượng khách hàng tiềm năng là 1.000 người và cứ 10 người thì có 3

người mua hàng từ công ty thì tỷ lệ mua hàng trung bình là 30%.

Để tính được lượng khách hàng thật sự chúng ta lấy 1.000 khách hàng tiềm năng (1) nhân với tỷ lệ mua hàng trung bình là 30% (2).

Vậy kết quả của $1.000 \times 30\% = 300$ (3).

Yếu tố 4: Số tiền mua trung bình (4)

Số tiền mua trung bình là số tiền trung bình mà một khách hàng chi ra để mua một sản phẩm/dịch vụ của bạn. Ví dụ, ở tháng 1/2023 đến tháng 12/2023, LUSKILL có lượng khách hàng tiềm năng là 1.000 người và cứ 10 người thì có 3 người mua hàng từ công ty thì tỷ lệ mua hàng trung bình là 30% và lượng khách hàng thật sự là 300 người.

Với mỗi người mua hàng, họ chi ra 5.000.000 VNĐ.

Yếu tố 5: Số lần mua trung bình (5)

Số lần mua trung bình là số lần trung bình một khách hàng mua sản phẩm/dịch vụ gì đó của bạn. Số lần mua trung bình có thể là 1 hoặc 2 hoặc vô số

kể (chẳng hạn hàng tiêu dùng thường ngày như kem đánh răng, dầu ăn, nước mắt...).

Số lần mua trung bình của khách hàng càng nhiều thì doanh thu của bạn càng tăng. Ví dụ, tháng 1/2023, LUSKILL có lượng khách hàng tiềm năng là 1.000 người và cứ 10 người thì có 3 người mua hàng từ công ty thì tỷ lệ mua hàng trung bình là 30% và lượng khách hàng thật sự là 300 người.

Với mỗi người mua hàng, họ chi ra 5.000.000 VNĐ và số lần mua trung bình mỗi năm của họ là 4 lần.

Yếu tố 6: Doanh thu (6)

Doanh thu là tổng số tiền mà bạn kiếm được mà chưa trừ đi chi phí sản xuất và với sự kết hợp của những yếu tố (1) (2) (3) (4) (5) thì doanh thu được tính như sau:
Doanh thu (6) = (3) x (4) x (5)

Chú ý đọc kỹ lại những gì tôi đã trình bày, trước đó tôi đã thống nhất cho bạn là: (3) = (1) x (2)

Với mỗi người mua hàng, họ chi ra số tiền mua trung bình là 5.000.000 VNĐ và số lần mua trung bình mỗi năm của họ là 4 lần.

PHAN THANH DŨNG

Vậy doanh thu của LUSKILL trong một năm sẽ bằng 300 khách hàng thật sự (3) nhân với số tiền mua trung bình là 5.000.000 VNĐ (4) và nhân với số lần mua trung bình là 4 (5).

Vậy kết quả của $300 \times 5.000.000 \times 4 = 6.000.000.000$ (6 tỷ VNĐ)

Yếu tố 7: Tỷ lệ lợi nhuận

Tỷ lệ lợi nhuận là con số lợi nhuận (tính bằng phần trăm) bạn thu được sau khi lấy doanh thu trừ đi chi phí sẽ được một con số nào đó. Tiếp đó, lấy con số đó chia cho doanh thu và tiếp tục nhân với 100.

Ví dụ: Tôi bán một cuốn sách giá 370.000 VNĐ (thu nhập) trong đó chi phí để in ấn, vận chuyển, marketing là hết 150.000 VNĐ (chi phí).

Vậy với mỗi cuốn sách bán ra thì tôi có lợi nhuận là $370.000 - 150.000 = 220.000 VNĐ$ (lợi nhuận).

Sau đó để tính tỷ lệ lợi nhuận thì lấy $220.000/370.000 = 0,59$.

Tiếp tục ta lấy con số $0,59 \times 100 = 59\%$ (tỷ lệ lợi nhuận).

Vậy với mỗi cuốn sách được bán ra thì tỷ lệ lợi nhuận mà tôi thu được là 59%.

SIÊU BÁN HÀNG

Bí mật để trở thành bậc thầy bán hàng trong lĩnh vực của bạn

Tương tự như thế, bây giờ với con số lớn thu nhập ví dụ của LUSKILL là 6.000.000.000 VNĐ và chi phí là 1.000.000.000 VNĐ.

Vậy với công thức Lợi nhuận = Doanh thu – Chi phí thì tôi sẽ lấy $6.000.000.000 - 1.000.000.000 = 5.000.000.000$ VNĐ.

Sau đó để tính tỷ lệ lợi nhuận thì tôi lấy $5.000.000.000 / 6.000.000.000 = 0,8333$.

Tiếp tục tôi lấy con số $0,833 \times 100 = 83,33\%$ (tỷ lệ lợi nhuận).

Vậy tỷ lệ lợi nhuận của LUSKILL cả năm là 83,33%.

Yếu tố 8: Lợi nhuận (8)

Lợi nhuận hay còn gọi là tiền lời là khoản tiền mà bạn nhận được sau khi lấy doanh thu trừ đi chi phí vận hành/sản xuất sẽ ra được một con số nào đó.

Ví dụ: LUSKILL có tổng doanh thu một năm là 6.000.000.000 VNĐ và chi phí vận hành/sản xuất là 1.000.000.000 VNĐ.

Vậy với công thức Lợi nhuận = Doanh thu – Chi phí = $6.000.000.000 - 1.000.000.000 = 5.000.000.000$ VNĐ.

PHAN THANH DŨNG

Con số 5.000.000.000 VNĐ chính là lợi nhuận mà LUSKILL thu được.

Hoặc có thể tính bằng cách sau: Lợi nhuận = Tỷ lệ lợi nhuận \times Doanh thu.

Ví dụ như ở (7), tôi đã tính ra con số tỷ lệ lợi nhuận là 83,33% và con số doanh thu là 6.000.000.000 VNĐ.

Vậy để tính được lợi nhuận ta làm phép tính:
 $6.000.000.000 \times 83\% = ?$

Bạn thử tính xem nhé!

Tóm lại công thức tạo mưa tiền như sau:

Lượng khách hàng tiềm năng

x Tỷ lệ mua hàng

= Lượng khách hàng

x Số tiền mua trung bình

x Số lần mua

= Doanh thu

x Tỷ lệ lợi nhuận

= Lợi nhuận

SIÊU BÁN HÀNG

Bí mật để trở thành bậc thầy bán hàng trong lĩnh vực của bạn

Vậy với con số 100.000.000 VNĐ lợi nhuận từ giờ đến cuối năm là mục tiêu thì chúng ta vạch kế hoạch như thế nào?

Với mỗi cuốn sách bán ra, chúng ta thu được 80.000 VNĐ tiền lợi nhuận. Vậy để có được lợi nhuận 100.000.000 VNĐ chúng ta phải bán được bao nhiêu cuốn sách?

Chúng ta làm một phép tính nhỏ nhé, chúng ta lấy $100.000.000/80.000 = 1.250$ (cuốn sách).

Vậy để có được 100.000.000 VNĐ với lợi nhuận là 80.000 VNĐ/cuốn thì ta phải bán được 1.250 cuốn đồng nghĩa với 1.250 khách hàng nếu bán cho mỗi người một cuốn hoặc 625 cuốn nếu bán cho mỗi người 2 cuốn hoặc bán cho 416 người nếu mỗi người mua 3 cuốn. Tuyệt!

Vậy câu hỏi đặt ra tiếp theo là làm như thế nào để bán 1.250 cuốn sách cho mỗi người 1 cuốn?

Hoặc 625 cuốn sách cho mỗi người 2 cuốn hoặc 416 cuốn sách cho mỗi người 3 cuốn với giá 370.000 VNĐ là bài toán lợi nhuận 100.000.000 VNĐ được giải quyết.

Theo bạn thì chúng ta sẽ giải quyết điều này bằng cách nào?

Sẽ có nhiều chiến lược, dần dần tôi sẽ chia sẻ thêm. Còn bây giờ chúng ta sẽ quay lại với việc hành trình biến người thích mình thành người ngưỡng mộ mình.

Cũng tương tự như những bài tập trước, tôi sẽ đưa ra nguyên tắc còn bạn sẽ phát triển các chiến lược và chiến thuật. Vậy ở bài học hôm nay, tôi sẽ giải đáp thắc mắc của bạn là ***nguyên tắc nào để chuyển biến từ người thích mình thành người ngưỡng mộ mình?***

Một từ thôi, đó chính là chữ “phục”, họ phục mình thì họ sẽ ngưỡng mộ mình. Vậy nên, chẻ nhỏ hơn nữa chúng ta chỉ cần trả lời câu hỏi là làm thế nào để một người thích mình họ phục mình là xong đúng không?

Vì đây là cuốn sách có thực hành, tôi sẽ không trả lời quá chi tiết mà chỉ đặt câu hỏi đi sâu vào bản chất để bạn phải tìm tòi, nâng cao tinh thần tự học, tự động não để linh hoạt với các tình huống bán hàng sau này.

Bài chia sẻ hôm nay tạm ngưng ở đây vì khá dài và hôm nay sẽ có 3 bài tập rất quan trọng. Một bài tập có liên quan đến tính toán cộng trừ nhân chia để ra con số cụ thể hàng hoàng và hai bài tập sẽ thiên về sự động não về các chiến thuật, chiến lược cụ thể:

Bài tập 1: Giả sử bạn đang muốn mức được thu nhập là 100.000.000 VNĐ bằng việc bán sách với giá 370.000 VNĐ và lợi nhuận mỗi cuốn 80.000 VNĐ thì bạn sẽ chọn giải pháp nào trong đây và tại sao bạn lại chọn giải pháp đó mà không phải giải pháp khác?

- + 1.250 cuốn sách cho mỗi người 1 cuốn.
- + 625 cuốn sách cho mỗi người 2 cuốn.
- + 416 cuốn sách cho mỗi người 3 cuốn.

Bài tập 2: Hãy trình bày ít nhất 5 chiến thuật để chuyển biến một người thích bạn thành người phục bạn trên môi trường online?

Bài tập 3: Hãy trình bày ít nhất 5 chiến thuật để chuyển biến một người nào đó ngưỡng mộ bạn thành người mua sản phẩm/dịch vụ chất lượng từ bạn và nếu được, hãy tìm nguyên tắc đằng sau việc này.

PHAN THANH DŨNG

Bài tập dài, chúc bạn thu xếp thời gian để hoàn thành và nhớ dành hết tâm sức vào làm vì chính bạn sẽ nhận được trái ngọt từ những gì bạn gieo ở thời điểm này. Chẳng có cái gì bắt đầu là dễ dàng cả, chúc bạn sớm vượt qua thử thách.

Và lưu ý rằng, không copy bài từ nhau trên Cộng Đồng Bán Hàng 8B cũng như không làm bài tập hời hợt.

Tôi là một người rất nhạy về ngôn từ và đọc được cả thái độ đằng sau con chữ, thế cho nên hãy làm bằng tất cả nhiệt huyết để chúng tôi sửa bài cho bạn nhé

Gửi lại bài tại đây: <https://bit.ly/bh8bbaitap4>

Hoặc quét mã QR để vào chính xác nơi nộp bài tập...



Ngày 5: 4 nguyên tắc cốt lõi để bán được hàng

Xin chào Phan Thanh Dũng!

Đây là bức thư tôi gửi bạn vào thời điểm một ngày mưa tháng 11 năm 2023 của Sài Gòn hoa lệ, tôi đã trần trở rất lâu không dám viết và đến thời điểm ngày hôm nay tôi thật sự không thể chịu đựng được những gì mà bạn đối xử với tôi nữa nên tôi quyết tâm viết ra để nói với bạn rằng:

Bạn là đồ khốn nạn!

Tôi và bạn, chúng ta đã đồng hành cùng nhau được 30 năm trời (1993–2023) nhưng nhìn lại mà xem bạn đã đối xử với tôi tệ bạc như thế nào trong suốt chừng ấy năm qua?

PHAN THANH DŨNG

Bạn thường xuyên ngủ dậy muộn, bạn lười tập thể dục, bạn thường xuyên thức khuya, bạn thường xuyên buồn rầu trước những nghịch cảnh, bạn thường xuyên lo lắng và rồi bạn nạp cho tôi không biết bao nhiêu là đồ ăn, thức uống độc hại để rồi tôi ngày càng suy kiệt. Còn gì nữa?

Bạn gieo cho tôi hy vọng về những ước mơ to lớn, vĩ đại nhưng rồi bạn chần chừ hành động, bạn trì hoãn hạnh phúc, thành công và giàu có... thứ mà tôi xứng đáng có được. Tôi thật sự thất vọng về bạn, đồ tồi.

Nhiều lúc tôi muốn hét lên với bạn là tại sao bạn sống một cách đáng chán với những thói quen xấu nhiều thế?

Bạn có biết là những điều mà tôi vừa kể ở bên trên có thể làm bạn bị chết sớm và làm cho chất lượng cuộc sống của bạn giảm đi không?

Là người bạn, người anh em, người đồng hành, người cùng khổ, người chia vui, người san sẻ nỗi buồn và người dẫn dắt bạn trong suốt 30 năm trời thì hơn ai hết tôi thấu hiểu bạn rất nhiều và tôi cũng thương bạn không

SIÊU BÁN HÀNG

Bí mật để trở thành bậc thầy bán hàng trong lĩnh vực của bạn

kể xiết. Thông qua bức thư này tôi viết ra với mục đích không phải để chê bạn, chửi bạn mà điều tôi thật sự muốn nói là...

Dĩng à, bạn là một thanh niên tài năng so với rất nhiều anh em, bạn bè đồng trang lứa. Bằng chứng là bạn có những thành tích đáng ngưỡng mộ mà không phải ai cũng làm được.

Ở tuổi của bạn, tôi thật sự phục bạn khi bạn là tác giả của nhiều cuốn sách và có được một lý tưởng cao đẹp, một tầm nhìn xa nhưng rõ ràng, một nhân cách sống tốt đẹp và đạo đức thì tuyệt vời, một thanh niên luôn mạnh mẽ vươn lên từ nghịch cảnh và luôn sẵn sàng giúp đỡ người khác.

Tôi càng thêm phục bạn vì bạn có những “ước mơ để đời” hết sức lý thú với “một lòng một dạ khao khát” làm cho kỹ năng, kiến thức, tư duy của người Việt Nam ngày càng tăng lên để người Việt, những người con máu đỏ da vàng dòng giống Lạc Hồng ngày càng có nhiều cơ hội sánh vai với những cường quốc năm châu.

Với vai trò là máu thịt của bạn, là hồn xác, là lương tâm của bạn, là tâm hồn thốn thốc của

PHAN THANH DŨNG

bạn nên tôi luôn thấy ước mơ làm cho người Việt Nam “xuất khẩu tri thức thay vì nhập khẩu tri thức” đang hiện hữu, đang cháy âm ỉ như lửa than và có nhiều lúc đám than muội ấy lại rực cháy như lửa đỏ đang chảy trong máu huyết của bạn.

Dũng biết không, bạn thật sự có đủ điều kiện thuận duyên về cả tâm, tài lẫn đức để trở thành một con người vĩ đại dẫn dắt thế hệ trẻ Việt Nam. Thế cho nên, tôi tin rằng hồn thiêng sông núi Đất Việt và xa hơn nữa là Mẹ Thiên Nhiên - Cha Vũ Trụ sẽ luôn ủng hộ bạn, trợ duyên cho bạn, tạo điều kiện thuận lợi cho bạn biến chuyển những ước mơ thành sự thật. Cho nên, bạn hãy cứ mạnh mẽ mà hành động đừng sợ gì cả.

Thuyền to thì sóng cả, tôi tin chắc bạn sẽ còn gặp rất nhiều khó khăn trong giai đoạn sắp tới nên tôi có 3 lời muốn nhắc nhở bạn:

Thứ nhất, sóng gió cuộc đời, bão táp phong ba chắc chắn sẽ quăng quật bạn khi thuyền bạn muốn vươn ra biển lớn. Vậy nên, điều đầu tiên tôi muốn nhắc nhở bạn là bạn phải

SIÊU BÁN HÀNG

Bí mật để trở thành bậc thầy bán hàng trong lĩnh vực của bạn

đóng cho mình một con thuyền thật chắc, thật to, thật vững, thật bền để đối chọi hiên ngang với nghịch cảnh.

Ý tôi là bạn phải luyện cho nội lực của mình thật sự mạnh mẽ và vững chãi về cả kỹ năng, tư duy, thái độ, ý chí và quan trọng nhất là luôn làm cho mục tiêu hiện hữu trước mắt. Bạn hiểu ý tôi chứ?

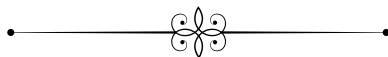
Thứ hai, muốn chặt cây cổ thụ hay nói ví von là chặt cây thành quả vĩ đại thì đầu óc phải khôn ngoan, tâm trí phải sáng suốt, sức khỏe phải tráng kiện, phải dùng thế dùng đòn bẩy, dùng những phương pháp khôn ngoan chứ không phải cứ dùng sức mọn bản thân là làm được đâu. Hãy nhớ nguyên lý ông bà xưa dạy là một cây làm chẳng nên non, ba cây chụm lại nên hòn núi cao – muốn đi nhanh thì đi một mình còn muốn đi xa thì hãy đi cùng nhau, hãy tìm cho mình thêm nhiều anh em, cộng sự để làm đại sự.

Thứ ba, phải luôn luôn kiểm tìm những phương pháp hiệu quả hoặc sáng tạo ra phương pháp hiệu quả để làm việc, phải luôn cài đặt vào đầu 2 chữ “hiệu quả, hiệu quả, hiệu quả” liên tục.

PHAN THANH DŨNG

Việc hiệu quả là việc mang lại hiệu suất cao, kết quả nhiều, tốn ít công và có thể tự động hóa hoặc nhân bản được. Bản thân muốn được làm đại sự nhưng vẫn tự do thì đây là chìa khóa duy nhất mà bạn phải tập trung vào.

Sẽ còn nhiều điều nhắn nhủ hơn nữa trên hành trình chúng ta tiếp tục song hành, bước tiếp cùng nhau nhưng trước mắt tôi gửi đến bạn những điều mà tôi phải nói ra nếu không thì tôi sẽ rất khó chịu và trăn trở. Mong những thành quả tốt đẹp đến với bạn và tôi, tôi yêu bạn, Phan Thanh Dũng.



Bạn thân mến!

Vừa rồi là bức thư mà tôi viết ra cho chính mình để nói lên cái xấu lẫn cái tốt, cái đáng tự hào của mình sau đó là sự nhắn nhủ của bản thân với bản thân nhằm “tạo ra kim chỉ nam cho cuộc đời” và qua bài viết này cũng để bạn thấy rằng việc người khác phục mình cũng chẳng quan trọng bằng việc “mình phục mình trước” đã. Cuộc sống này thú vị ở chỗ là chúng ta đang sống ở trong hai thế giới, thế giới bên trong và thế giới bên ngoài.

SIÊU BÁN HÀNG

Bí mật để trở thành bậc thầy bán hàng trong lĩnh vực của bạn

Thế giới bên trong tạo ra thế giới bên ngoài và thế giới bên ngoài là tấm gương phản chiếu thế giới bên trong của ta. Vậy nên bằng việc chúng ta quán sát tâm, tu sửa tâm, kiến tạo tâm thì cuộc đời của chúng ta cũng sẽ thay đổi một cách đầy bất ngờ mà chúng ta cũng không thể nào lường trước được vì thế giới bên trong tạo ra thế giới bên ngoài mà. Điều này có ý nghĩa gì trong việc bán được hàng?

Đơn giản thôi, đó là chúng ta phải sửa tâm, cài đặt lại thế giới bên trong của mình rằng ta là một người bán hàng, sau đó ta chấp nhận ta là một người bán hàng và xa hơn nữa là ta chấp nhận ta là một người bán hàng xuất sắc.

Bằng việc ta chấp nhận ta thì ta sẽ là ta và rồi ta sẽ không chấp nhận hiện trạng của ta và ta sẽ vượt qua chính ta. Vậy câu hỏi là làm thế nào để ta chấp nhận ta là một người bán hàng, thậm chí là một người bán hàng xuất sắc?

Điều đầu tiên, ta phải tin ta – ta phải cho bản thân mình một nhân vị bên trong thật kiêu hãnh, ta phải đóng một cái dấu mộc cho chính cuộc đời mình trong lĩnh vực mà ta đang muốn ta chứng tỏ bản lĩnh với chính ta. Ví dụ:

PHAN THANH DŨNG

Phan Thanh Dũng - Người Bán Hàng

(Trao Giá Trị) Xuất Chúng!

Lê Thành Đạt - Người Bán Hàng

(Trao Giá Trị) Xuất Chúng!

Thịnh Minh Quân - Người Bán Hàng

(Trao Giá Trị) Xuất Chúng!

Phạm Lâm Sơn - Người Bán Hàng

(Trao Giá Trị) Xuất Chúng!

Nguyễn Thị Thêm - Người Bán Hàng

(Trao Giá Trị) Xuất Chúng!

Nguyễn Thị Chung - Người Bán Hàng

(Trao Giá Trị) Xuất Chúng!

Phan Tường Vân - Người Bán Hàng

(Trao Giá Trị) Xuất Chúng!

Ví dụ như thế, bạn có thể sáng tạo thêm một vị thế cá nhân do chính mình xác lập (nhân vị) để tiếp tục tạo chân bàn niềm tin cho chính mình.

Nguyên tắc, chiêu thức cũng chỉ là “đổ bỏ” nếu bạn không tin vào chính mình dẫn đến không hành động và dĩ nhiên không hành động thì sẽ không tạo ra được kết quả, thành quả và hiệu quả.

SIÊU BÁN HÀNG

Bí mật để trở thành bậc thầy bán hàng trong lĩnh vực của bạn

Quay trở lại câu chuyện ngày hôm qua, hôm qua bạn đã được tôi chia sẻ về điều gì?

Đó là 8 yếu tố trong nguyên tắc tạo mưa tiền, theo đó để tạo mưa tiền bạn cần thấm thấu, hiểu sâu, nhớ lâu, thực hành thường xuyên những điều sau đây:

Lượng khách hàng tiềm năng

x Tỷ lệ mua hàng

= Lượng khách hàng

x Số tiền mua trung bình

x Số lần mua

= Doanh thu

x Tỷ lệ lợi nhuận

= Lợi nhuận

Bạn có biết rằng chỉ với công thức bên trên có thể giúp bạn tăng thu nhập lên gấp đôi, gấp ba thậm chí nhiều lần hơn chỉ với việc tăng mỗi yếu tố lên 10% trong 8 yếu tố kia sẽ tạo ra được một con số đột phá không?

PHAN THANH DŨNG

Ví dụ, đây là doanh thu mỗi tháng của một cửa hàng qua lưu niệm với những con số như sau:

Lượng khách hàng tiềm năng	4.000
x Tỷ lệ mua hàng	x 25%
= Lượng khách hàng	= 1.000
x Số tiền mua trung bình	x 90.000 VNĐ
x Số lần mua	x 1
= Doanh thu	= 90.000.000 VNĐ
x Tỷ lệ lợi nhuận	x 45%
= Lợi nhuận	= 40.500.000 VNĐ

Tháng sau cửa hàng ấy muốn tăng lợi nhuận và họ nỗ lực cải tiến mỗi yếu tố 10%.

		Tăng thêm 10%
Lượng khách hàng tiềm năng	4.000	4.400
x Tỷ lệ mua hàng	x 25%	x 27,5%
= Lượng khách hàng	= 1.000	= 1.210
x Số tiền mua trung bình	x 90.000	x 99.000 VNĐ
x Số lần mua	x 1	x 1,1
= Doanh thu	= 90 triệu	= 131.769.000
x Tỷ lệ lợi nhuận	x 45%	x 49,5%
= Lợi nhuận	= 40.5 triệu	= 65.225.655

Wow!

Bạn có thấy việc cải tiến thêm 10% cho mỗi yếu tố kia là một điều phức tạp không?

Không hề, những điều đó vô cùng dễ dàng nếu bạn biết cách và dĩ nhiên tôi có nghĩa vụ phải chia sẻ cho bạn thêm những điều đó vào những bài viết sau theo từng ngày.

Đó chỉ là mới tăng mỗi yếu tố lên 10% thôi chứ chưa phải là 20% hay 30% thậm chí là 40%, bạn thấy sức mạnh vi diệu của xương sống thu nhập chưa?

8 đốt sống lưng này sẽ giúp cho cái cổ của bạn luôn luôn được giữ vững để hiện ngang với việc tạo ra thu nhập và tự tin hơn bây giờ rất nhiều.

Bây giờ chúng ta sẽ quay trở lại chủ đề chính của tuần này, đó là hành trình trải nghiệm khách hàng và cụ thể trong bài chia sẻ ngày hôm nay, đó là hành trình biến chuyển người ngưỡng mộ mình thành người mua sản phẩm/dịch vụ chất lượng từ mình.

Ở phần bài tập trước, tôi tin bạn đã có những chiến lược, chiến thuật mà bạn nghĩ là có thể áp dụng để biến người ngưỡng mộ mình thành người mua hàng từ mình. Rất tốt!

PHAN THANH DŨNG

Bây giờ chúng ta sẽ luận về nguyên tắc của việc làm thế nào để bán được hàng, với tôi thì tôi tự tin rằng để bán được hàng thì có 4 nguyên tắc mà ta phải tuân theo:

Điều đầu tiên, chúng ta phải tìm được “đúng khách hàng tiềm năng” bởi sẽ thật nực cười nếu chúng ta đi bán sách cho một kẻ nghiện rượu, nát rượu chỉ có nhu cầu uống rượu chứ không hề có nhu cầu đọc sách.

Nếu bạn bán được cho họ thì cũng được thôi nhưng điều này sẽ làm tổn thương sản phẩm/dịch vụ chất lượng của ta vì họ mua mà không sử dụng, ta áy náy và họ cũng áy náy. Thế cho nên, việc biết ai là khách hàng tiềm năng là vô cùng quan trọng. Vậy thế nào để biết đâu là khách hàng tiềm năng của ta?

Có vài yếu tố sau đây: Đầu tiên là họ phải có nhu cầu, tức là họ đang gặp vấn đề và muốn giải quyết vấn đề.

Lưu ý với tâm thế là người bán hàng ta có thể khơi gợi vấn đề, xoáy vào vấn đề và đưa giải pháp để họ giải quyết dứt điểm vấn đề của họ, điều này là đúng đắn bởi vì ta đang giúp họ “chữa trị nỗi đau” nên cứ yên tâm mà làm.

Tiếp đến là họ phải có khả năng chi trả - tức là họ có đủ tiền để trả cho dịch vụ/sản phẩm chất lượng của ta,

SIÊU BÁN HÀNG

Bí mật để trở thành bậc thầy bán hàng trong lĩnh vực của bạn

nếu bạn bán một lượng vàng cho một người không có khả năng chi trả thì thật mất thời gian của cả hai.

Dĩ nhiên có thể bây giờ họ chưa có khả năng chi trả, về sau họ có khả năng chi trả nhưng bạn thích tiền tươi roi rói hay công nợ của khách hàng?

Kế đến là họ phải có quyền ra quyết định (Yes, I Can) – tức là họ hoàn toàn làm chủ được quyền ra quyết định có sở hữu sản phẩm/dịch vụ chất lượng mà bạn đang bán hay không chứ không phải là về nhà hỏi mẹ, hỏi vợ...

Dĩ nhiên sẽ có những trường hợp ngoại lệ như về nhà hỏi mẹ, mẹ cho mua hoặc về nhà hỏi vợ, vợ cho mua và ai cũng là khách hàng tiềm năng nhưng câu chuyện là ai là khách hàng tiềm năng hơn?

Bạn đã được nghe về tư duy 3 chữ quả rồi thì phải làm sao cho mọi việc hiệu quả - tức mang lại hiệu suất cao và có khả năng tạo ra thêm nhiều thành quả tốt.

Vậy là xong nguyên tắc đầu tiên. Tiếp theo, tôi sẽ nói đến nguyên tắc thứ hai để bán được hàng, nguyên tắc đó chính là U.S.P (**Unique Selling Point**).

U.S.P là gì?

U.S.P có thể dịch nghĩa ra là đặc điểm bán hàng độc nhất, điểm khác biệt mà mình có mà các sản phẩm/dịch vụ khác không có hoặc rất khó bắt chước.

Bằng việc tạo ra các U.S.P cho sản phẩm/dịch vụ mà ta đang bán, lợi thế cạnh tranh của ta sẽ tăng cao hơn và sẽ có nhiều cơ hội khách hàng chọn lựa sản phẩm/dịch vụ chất lượng của ta hơn mà không phải là một người bán hàng hay một doanh nghiệp bán hàng nào khác.

U.S.P có thể được đặt ở người bán hàng, sản phẩm/dịch vụ hoặc thương hiệu. Lấy ví dụ trong ngành đào tạo có TS Lê Thẩm Dương là một người có U.S.P rất khác biệt với nhiều nhà đào tạo khác, sự khác biệt của TS Lê Thẩm Dương làm cho ông thú vị và nhiều người yêu thích/ghét nhưng rõ ràng ông ngày càng bán được nhiều khóa đào tạo vì người ta thích thú với U.S.P của ông.

U.S.P về sản phẩm/dịch vụ thì có thể lấy cuốn sách *Phương pháp ghi nhớ đỉnh cao* mà tôi là tác giả làm ví dụ, U.S.P của cuốn sách này là gì?

Đó là hệ thống hóa và mô hình hóa kiến thức, phương pháp siêu trí nhớ thành 4 bước SMER, điều mà không một cuốn sách nào đã làm trước đó.

SIÊU BÁN HÀNG

Bí mật để trở thành bậc thầy bán hàng trong lĩnh vực của bạn

Hoặc có thể nói đến khóa huấn luyện Siêu diễn đạt bằng siêu trí nhớ, tôi là người Việt Nam đầu tiên sáng tạo ra phương pháp LiKỳ (liên kết ý) để ứng dụng cho việc nói hay hơn, giao tiếp tốt hơn và bản thân tôi cũng có U.S.P là một tác giả trẻ của nhiều cuốn sách, có câu chuyện từ đốt nát đi lên và đã có trải nghiệm đứng sân khấu 1.000 người thật. Những điều này rất khó để một bên nào đó bắt chước và cạnh tranh.

Tiếp đến là U.S.P về thương hiệu chẳng hạn như VinGroup, Trung Nguyên... và sau này rất có thể sẽ là LUSKILL mà tôi đang là thuyền trưởng lèo lái.

Vậy là xong 2 nguyên tắc để bán được hàng, tôi nói đến nguyên tắc thứ ba là nguyên tắc “tương tác tạo tình thương”.

Tương tác tạo tình thương là như thế nào?

Bạn có để ý là khi ai đó hay trò chuyện, lắng nghe, tâm sự với bạn - đôi khi bạn mua giúp họ không phải vì nhu cầu mà là vì ủng hộ hay không?

Việc tương tác nhiều sẽ tạo cho những khách hàng tiềm năng có cảm giác quen thuộc, quý mến và tin tưởng bạn.

Nếu bạn xác định sản phẩm/dịch vụ của mình là một món ăn cho họ thì mình là đầu bếp và thông qua sự tương

tác tạo tình thương, bạn đã làm mềm “luộc, chưng, hấp” món ăn mà khách hàng đang muốn ăn, việc còn lại chỉ là thúc đẩy khách hàng tiêm năng nhai và nuốt để thưởng thức sản phẩm/dịch vụ chất lượng của bạn mà thôi.

Về bản chất, nếu lấy định nghĩa bán hàng là bán được hàng thì bằng cách này hay cách khác, bán được hàng là đã thành công còn cách thức, phương tiện, chiến lược là thứ bàn sau. Và đây cũng là nguyên tắc thứ ba.

Kế đến, tôi nói đến nguyên tắc thứ tư để bán được hàng, đó chính là **“Top of Mind”**. Top of Mind là gì?

Top of Mind trong bài viết này và theo quan điểm mà tôi trải nghiệm là việc mình xuất hiện đầu tiên hoặc nằm trong những lựa chọn đầu tiên trong tâm trí của họ khi họ cần mua sản phẩm/dịch vụ chất lượng mà mình có thể bán cho họ.

Lấy ví dụ về việc các sản phẩm như kem đánh răng P/S, Colgate, bột giặt Omo hay nước ngọt Pepsi, gà rán KFC đã thành công trong việc đưa sản phẩm/dịch vụ của họ vào trong tiềm thức của mình và được lên thứ hạng tìm kiếm hàng đầu khi mình nghĩ đến những sản phẩm đó. Có nhiều sản phẩm kem đánh răng chất lượng hơn P/S hoặc Colgate hay không?

Câu trả lời là có nhưng tại sao người ta lại chọn P/S hay Colgate?

Là vì các quảng cáo của P/S hay Colgate cứ xuất hiện thường xuyên và tâm trí của chúng ta được/bị lập trình. Cứ hề nghĩ đến kem đánh răng là nghĩ đến P/S, cứ hề nghĩ đến sáu nhân bốn thì bằng hai mươi bốn xuất hiện đầu tiên chứ không phải là hai mươi cộng bốn xuất hiện đầu tiên.

Vậy nên trong bán hàng, ta phải thường xuyên tiếp thị hoặc tiếp thị lại cho đến khi chúng ta là Top of Mind trong đầu của khách hàng tiềm năng thì việc mua bán sẽ dễ dàng hơn rất nhiều. Bạn nắm được rồi chứ?

Vậy là xong phần kiến thức, chúng ta sẽ đi đến phần tiếp theo, đó là bài tập của ngày hôm nay có liên quan đến sản phẩm/dịch vụ chất lượng mà chúng ta sẽ bán.

Vậy với 4 nguyên tắc mà tôi đã nêu ra để bán được hàng bạn hãy trả lời những câu hỏi sau đây:

Bài tập 1: Theo bạn thì làm thế nào để xác định được đâu là khách hàng tiềm năng muốn mua sản phẩm của bạn?

Hãy nêu ra ít nhất 5 tiêu chí lựa chọn một “khách hàng tiềm năng của bạn!”

Bài tập 2: Sản phẩm của bạn có U.S.P gì?

Hãy nêu ra ít nhất 1 đến 2 “U.S.P” với sản phẩm/dịch vụ mà bạn đang bán.

Bài tập 3: Bạn đã biết “tương tác tạo tình thương” và sau đó sẽ bán được hàng, bạn hãy kể một câu chuyện ngắn ít nhất 300 từ mà bạn đã chứng kiến việc người khác mua hàng vì tình thương, vì ủng hộ chứ không nhất thiết là có nhu cầu.

Bài tập 4: Top of Mind là điều vô cùng quan trọng trong việc bán được hàng, theo bạn thì làm thế nào để biến mình thành Top of Mind trong tâm trí của khách hàng?

Hãy nêu ra ít nhất 5 chiến lược để làm được điều đó!

Bài tập 5: Hãy trình bày ít nhất 5 chiến thuật để chuyển biến một người nào đó mua sản phẩm/dịch vụ chất lượng từ bạn chuyển biến thành người marketing sản phẩm/dịch vụ cho bạn và nếu được, hãy tìm nguyên tắc đằng sau việc này.

SIÊU BÁN HÀNG

Bí mật để trở thành bậc thầy bán hàng trong lĩnh vực của bạn

Chúc mừng bạn vì đã gần như nắm được các nguyên tắc cốt lõi trong việc bán hàng, mong chờ việc hoàn thành bài tập của bạn. Sau khi hoàn thành bài tập, bạn gửi lại tại đây nhé: **<https://bit.ly/bh8bbaitap5>**

Hoặc quét mã QR để vào thẳng nơi gửi bài tập tại đây.



Ngày 6: 3 câu hỏi cốt lõi trong kinh doanh giúp bạn bán được nhiều hàng, kiếm được nhiều tiền

Cách đây không lâu trong một lần livestream chia sẻ ở Facebook, tôi vô tình buột miệng nói ra một câu nói rất hay mà tôi vẫn còn ấn tượng với chính mình.

Câu nói này tôi tin chắc rằng là vô cùng hữu ích với những ai nghe được nếu đào sâu, tìm hiểu, ứng dụng nó. Câu nói này là gì?

Bật mí với bạn, câu nói ấy đó là: “Sự rõ ràng là sức mạnh và rõ ràng thì tạo nên sự dễ dàng”.

Thật vậy, sự rõ ràng chính là bức tranh hoàn hảo cho hành động mà chúng ta đang hướng đến. Sự rõ ràng là la bàn, là kim chỉ nam, là ánh dương rực sáng cho ta bước đi một cách mạnh mẽ và đầy cảm hứng. Sẽ như thế nào nếu ta bước đi trong đêm tối mờ mịt không một chút ánh sáng hoặc dưới ánh sáng mờ ảo?

Chúng ta sẽ rất dễ bị té ngã và đập đầu vô đất, thậm chí là đập đầu vô cát, đá, sỏi, xi măng... Hậu quả là máu sẽ chảy, lệ sẽ rơi, động lực sẽ rớt, niềm tin sẽ tụt và sự hiệu quả sẽ lùi lại.

Nói đến đây, tôi lại nhớ mình cũng đã từng chia sẻ là chúng ta phải học cách nghĩ trước khi học cách làm. Càng nghĩ thông, nghĩ thấu được bao nhiêu thì hành động càng dễ dàng bấy nhiêu, tư tưởng mà không thông thì vác cái bình không cũng nặng. Vậy điều này có liên quan gì đến việc bán được hàng mà bạn đang muốn chinh phục?

Rất là liên quan luôn!

Trong bán hàng cũng thế, bất cứ người làm kinh doanh nào cũng phải có sự rõ ràng về kiến thức, tư duy và đặc biệt phải nghĩ đến và trả lời được 3 câu hỏi quan trọng sau đây, ai càng “trả lời được rõ ràng” 3 câu hỏi quan trọng này thì người ấy càng thành công tột đỉnh trong việc bán hàng.

PHAN THANH DŨNG

Còn nếu hời hợt bỏ qua 3 câu hỏi này thì hậu quả sẽ đến là bị khách hàng từ chối liên miên, bản thân nhụt chí và túi thì trống rỗng. Vậy 3 câu hỏi này là gì mà lại quan trọng đến như thế?

Câu hỏi đầu tiên, bạn phải trả lời được là:

Tại sao khách hàng cần phải mua sản phẩm này và sản phẩm này giúp ích được gì cho họ? (1)

Tiếp đến ở câu hỏi thứ hai, bạn phải trả lời được:

Tại sao khách hàng cần phải mua sản phẩm này từ tôi mà không phải là một ai khác? (2)

Và cuối cùng, bạn phải trả lời được:

Tại sao khách hàng cần phải mua sản phẩm này từ tôi ngay bây giờ mà không phải là lúc khác? (3)

Bạn có tin với việc trả lời được (1) (2) (3) một cách rõ ràng thì nội lực bên trong của bạn sẽ rất mạnh mẽ chứ?

Cụ thể với việc trả lời được câu hỏi (1), bạn sẽ biết được sản phẩm/dịch vụ chất lượng mà mình đang bán mang lại được “lợi ích” gì cho khách hàng tiềm năng của mình.

Còn với việc trả lời được câu hỏi (2), bạn sẽ nhận biết được đâu là lợi điểm cá nhân (U.S.P) mà họ lại chọn mua từ mình mà không phải là một ai khác.

SIÊU BÁN HÀNG

Bí mật để trở thành bậc thầy bán hàng trong lĩnh vực của bạn

Ví dụ, mua từ tôi thì sẽ được tặng thêm quà, được giảm giá, được... còn ở chỗ khác thì không có, mua từ tôi thì sẽ... (bạn tự điền vào sau dấu ba chấm, tôi khuyên bạn nên điền ít nhất 20 điều vào sau dấu ba chấm).

Và với việc trả lời được câu hỏi (3), bạn sẽ tìm được cho mình thêm những lý do thúc đẩy việc ra quyết định “hành động ngay” của khách hàng tiềm năng để họ nhận được “thuốc” của bạn sớm hơn, giúp họ giải quyết vết thương đang “lở loét” của họ sớm hơn.

Là một người có tâm, chẳng lẽ ta thấy người khác đang đau đớn mà ta lại hời hợt ngại chào hàng, hời hợt với việc bán hàng để rồi không thúc đẩy họ giải quyết sớm hay sao?

Không, ta đã định vị ta từ trước, ta là một con đại bàng dũng mãnh luôn nhắm thẳng và chinh phục mục tiêu với đôi mắt tinh anh, đôi chân mạnh mẽ và sự tập trung cao độ.

Ta cũng đã định vị ta là người bán hàng xuất sắc bằng việc bán được hàng xuất sắc, ta cũng là một thầy thuốc vô cùng có tâm, ta là một chiến binh bán hàng xuất chúng vậy nên ta không có gì phải sợ, phải ngại.

PHAN THANH DŨNG

Ta cứ chào hàng, ta cứ làm tốt nhất những gì cho khách hàng tiềm năng của mình còn việc họ có mua hay không thì ta khó mà kiểm soát 100% được, ta phải chấp nhận điều này vì đây là sự thật. Tiếp thị, chào hàng cho 10 người... có 4 đến 5 người mua thì ta thật sự đã là một sát thủ bán hàng rồi.

Mỗi khi bị từ chối, bị thất bại thì ta phải hiểu rằng ta đã làm tốt lắm trong sự nỗ lực của ta rồi và ta phải luôn nhắc nhở bản thân rằng trên đời này có thứ gọi là định luật “bông hoa nở”, để một bông hoa nở được thì nó phải đủ duyên – phải hội tụ được rất nhiều yếu tố như đất, nước, gió, nhiệt độ... thì bông hoa mới nở được.

Là một người bán hàng thì ta cũng phải hiểu không phải cứ bán là ai cũng mua, nếu ta ý thức rõ ràng rằng ta chỉ là một “duyên nhỏ” trong việc thúc đẩy bông hoa kia nở thôi (khách hàng mua) chứ không thể là yếu tố quyết định tất cả được thì ta sẽ không khổ và mất động lực đâu mà ngược lại... ta hạnh phúc vì vừa thêm một nhân duyên vào cho bông hoa kia sẽ nở trong tương lai.

Vậy nên khi một ai đó đủ duyên, họ sẽ mua hàng!

Khi họ chưa đủ duyên, cố gắng bao nhiêu cũng sẽ là vô ích.

Việc của ta trong bán hàng là làm tốt nhất việc của ta để bán được hàng mà thôi. Nếu chúng ta biết họ là một khách hàng tiềm năng thật sự thì ta phải chăm sóc họ dài hạn, trước hay sau gì thì họ cũng mua khi họ hội tụ thêm “duyên” mà thôi.

Nhưng sự thật là có mấy ai chịu “chăm sóc dài hạn” khách hàng tiềm năng cơ chứ? Tư duy “mì ăn liền” đã len lỏi vào trong tâm trí của chúng ta quá lâu rồi, chúng ta chỉ muốn “bụp phát ăn luôn” nhưng liệu năng lực của ta đã đủ làm là ăn liền hay chưa?

Nên nhớ là giữa mong cầu và đạt được là hai điều hoàn toàn khác nhau và là hai quá trình hoàn toàn khác nhau!

Một vài lời chia sẻ về việc xử lý khi bị khách hàng từ chối, chủ đề này ở bài học sau tôi sẽ chia sẻ một cách sâu sắc hơn, còn bây giờ tôi sẽ chia sẻ cho bạn về nguyên tắc mà tôi ứng dụng trong việc ***biến người mua sản phẩm/dịch vụ chất lượng từ mình thành người marketing cho mình.***

Vậy làm thế nào để khách hàng của mình marketing giúp mình?

Nguyên tắc ở đây chính là “sự chủ động tạo ra trải nghiệm tốt nhất cho khách hàng trên từng điểm chạm”, tôi nhắc lại là từ khóa là chủ động tạo ra trải nghiệm tốt nhất cho khách hàng trên từng điểm chạm trong hành trình trải nghiệm khách hàng.

Khi nói đến điều này, cá nhân tôi tin rằng “marketing truyền miệng” chính là phương thức marketing hữu hiệu nhất và ít chi phí nhất mà ta có thể triển khai rất dễ dàng trong tầm tay. Bằng cách nào?

Hãy tìm mọi cách làm như thế nào mà khi họ sử dụng/dịch vụ chất lượng của mình “trước, trong và sau khi sử dụng” họ đều wow lên tuyệt vời quá, thật thú vị, thật đáng đồng tiền bát gạo thì họ sẽ tự nhiên viral (lan truyền) cho người khác mà thôi.

Chẳng tự nhiên mà tôi luôn luôn sử dụng từ ngữ là “sản phẩm/dịch vụ chất lượng” bởi nó khác hoàn toàn so với “sản phẩm/dịch vụ”. Chúng ta tư duy như thế nào thì thường chúng ta sẽ hành động như thế đó.

Ngoài ra, để họ marketing cho ta, ta phải chủ động khơi gợi hoặc nhờ họ marketing giúp cho ta một cách khéo léo. Chẳng hạn như:

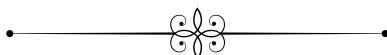
SIÊU BÁN HÀNG

Bí mật để trở thành bậc thầy bán hàng trong lĩnh vực của bạn

Bạn đọc xong sách thấy hay thì giới thiệu cho bạn bè giúp mình với nha, để lan tỏa tri thức nhiều hơn. Mình cảm ơn bạn nhiều lắm!

Bạn tham gia xong khóa huấn luyện Siêu diễn đạt/Siêu bán hàng thì giới thiệu cho những người mà bạn yêu quý với nhau, để họ được trải nghiệm giống như bạn. Mình cảm ơn bạn nhiều lắm!

Vậy đó!



Vậy là tôi đã chia sẻ cho bạn rất nhiều kiến thức hữu ích cho việc bán được hàng, còn bây giờ bạn hoan hỷ làm bài tập ngày hôm nay trong sự tập trung, nhiệt huyết cao độ. Bạn làm bài nhé...

Bài tập 1: Tại sao khách hàng cần phải mua sản phẩm của bạn và sản phẩm của bạn mang lại lợi ích gì cho họ?

Bạn hãy liệt kê ít nhất 3 lý do để thuyết phục khách hàng mua sản phẩm của bạn.

Bài tập 2: Tại sao khách hàng cần phải mua sản phẩm này từ bạn mà không phải là một ai khác?

Bạn hãy liệt kê ít nhất 3 lý do để thuyết phục một khách hàng mua hàng từ bạn.

Bài tập 3: Tại sao khách hàng cần phải mua sản phẩm này từ bạn ngay bây giờ mà không phải là lúc khác?

Bạn hãy liệt kê ít nhất 3 lý do để thuyết phục một khách hàng mua hàng từ bạn ngay bây giờ chứ không phải là lúc khác.

Bài tập 4: Bạn sẽ làm gì để khách hàng wow trong từng hành trình trải nghiệm khách hàng?

- Lạ > Biết
- Biết > Thích
- Thích > Ngưỡng mộ
- Ngưỡng mộ > Mua
- Mua > Marketing hộ
- Marketing hộ > Bán hộ

Bài tập 5: Hãy trình bày ít nhất 5 chiến thuật để chuyển biến một người nào đó marketing hộ bạn chuyển biến thành người bán sản phẩm/dịch vụ cho bạn và nếu được, hãy tìm nguyên tắc đằng sau việc này.

Chúc mừng bạn vì đã gần như nắm được các nguyên tắc cốt lõi của việc khách hàng marketing sản phẩm/dịch vụ chất lượng hộ mình. Sau khi hoàn thành bài tập, bạn gửi lại tại đây nhé: <https://bit.ly/bh8bbaitap6>

Hoặc quét mã QR để gửi bài tại đây...



Ngày 7: Suu tầm testimonials – yếu tố gia tăng doanh số cấp số nhân

Testimonials là gì?

Chúc mừng bạn, nếu bạn đang đọc được bài viết này thì đây là thứ sẽ giúp bạn tạo ra rất nhiều thu nhập trong tương lai và bạn bằng mọi cách phải có được nó. Vậy testimonials (tét-ti-mo-ni-ô) là gì mà lại diệu kỳ như thế?

Testimonials là lời nhận xét, cảm nhận, phản hồi của khách hàng sau khi trải nghiệm sản phẩm/dịch vụ chất lượng mà bạn đã cung cấp cho họ. Testimonials chính là những bằng chứng xã hội.

SIÊU BÁN HÀNG

Bí mật để trở thành bậc thầy bán hàng trong lĩnh vực của bạn

Vậy nên nếu bạn là một người bán hàng, một doanh nhân, một người làm kinh doanh thì đây chính là chìa khóa để những khách hàng tiềm năng tin tưởng vào sản phẩm/dịch vụ chất lượng mà ta đang muốn bán.

Tâm lý, hành vi của khách hàng trong bán buôn nhìn chung là như thế này, khi họ có nhu cầu mua một sản phẩm/dịch vụ gì đó thì từ trong vô thức trong đầu của họ sẽ có hai câu hỏi thường trực mà chính họ cũng có thể đang không biết. Với việc thấu hiểu hai câu hỏi này bạn sẽ đi tắt, đón đầu được họ. Vậy hai câu hỏi này là gì?

Thứ nhất, từ trong vô thức họ sẽ hỏi rằng: “Liệu có ai đã sử dụng sản phẩm này hay chưa?”.

Tiếp đến câu hỏi thứ hai, họ sẽ vô thức tìm đáp án cho câu hỏi: “Với những người đã sử dụng sản phẩm/dịch vụ này thì kết quả của họ đạt được là gì?”.

Lấy ví dụ nhé:

Giả sử bây giờ bạn quyết định mua một cái điện thoại mới thì điều tiếp theo bạn sẽ làm là gì?

Bạn search Google để tìm kiếm thông tin về chiếc điện thoại đó đúng không?

Và sau tất cả yếu tố so sánh về giá, tính năng, bảo hành, khuyến mãi, hậu mãi, vận chuyển... tiếp đó bạn làm gì nữa?

Bạn xem review, bạn xem những cảm nhận của những người mua trước đó để quyết định xem mình có nên mua hay không?

Nếu có nhiều phản hồi tích cực, bạn đặt và “hốt ngay” chiến điện thoại mới về nhà trong sung sướng.

Còn với những phản hồi tiêu cực của ai đó đã từng mua trước đó thì đây sẽ là rào cản khá lớn khiến bạn phải suy nghĩ lại liệu có nên mua hay không?

Nếu quả thật hành vi mua hàng của chính bạn cũng là như thế thì chúc mừng bạn bởi vì như tôi đã chia sẻ trước kia về định nghĩa của bán hàng, bán hàng là gì?

Ở trường hợp này là thấu hiểu hành trình tâm lý của khách hàng tiềm năng để tạo ra trải nghiệm thú vị nhằm chuyển hóa họ thành khách hàng mua hàng thật sự. Điều này có thể ứng dụng được gì trong việc bán hàng của bạn?

Đơn giản thôi, bạn đang thực hành bán cái gì?

Và bạn có đang cảm nhận tốt về sản phẩm/dịch vụ mà mình mang đi bán không?

Nếu bạn cảm nhận tốt, nhiệt huyết về sản phẩm thì chúc mừng bạn và chúc mừng những khách hàng tiềm năng sắp tới bởi vì bạn sẽ là người truyền cảm hứng cho họ muốn sở hữu món hàng mà bạn chuẩn bị bán.

Thế nào là truyền cảm hứng?

Truyền cảm hứng là làm cho người ta “thèm”, chỉ đơn giản vậy thôi!

Có phải bạn thường “thèm” cái gì đó thì bạn mới “có hứng” hành động đúng không nào?

Vậy làm cho ai thèm cái gì đó và họ hành động để đạt cái điều đó thì đó chính là truyền cảm hứng.

Tuyệt vời!!!

Vậy bạn có tự tin là bạn đủ cảm hứng làm cho người ta “thèm sản phẩm” mà bạn đang muốn họ sở hữu hay không?

Câu hỏi tạm dừng ở đây và chúng ta sẽ nói thêm về “testimonials” ở phần cuối bài viết này. Còn bây giờ, tôi sẽ quay lại hành trình trải nghiệm khách hàng để nói về nguyên tắc của việc ***làm như thế nào để biến chuyển một người marketing hộ mình thành người bán hàng hộ mình.***

PHAN THANH DŨNG

Nguyên tắc đơn giản là họ phải có quyền lợi gì đó thì họ mới sẵn sàng đồng hành, bán hộ mình dài lâu. Quyền lợi ở đây có thể là quyền lợi về vật chất hoặc quyền lợi về tinh thần. Tuy nhiên, nếu bạn muốn họ trở thành một cộng sự để bán hàng cùng mình, bạn phải thiết lập một cơ chế hoa hồng hấp dẫn dành cho họ để họ gia tăng thu nhập hoặc được trở thành một phần của tổ chức mà bạn đang gây dựng. Có quyền lợi thì sẽ chơi chung, câu trả lời chỉ đơn giản như thế thôi.

Là Tổng Giám đốc của CTCP Truyền thông Giá Trị Việt hoạt động với thương hiệu LUSKILL, để tổ chức lớn mạnh thì tôi phải làm gì?

Tạo ra một cuộc chơi mà ở đó ai tham gia vào cũng thắng. Vậy nên một lần nữa nhấn mạnh nguyên tắc ở đây là tạo ra được một trò chơi mà chúng ta cùng thắng với nhau thì chúng ta sẽ chơi chung bền vững với nhau.

Người giúp bạn marketing sẽ trở thành cộng sự, người bán hàng giúp bạn. Bạn nhớ nhé!

Để thấm thấu và hiểu sâu hơn, bạn cần làm bài tập. Cụ thể hôm nay bạn sẽ được làm bài tập như sau:

Bài tập 1: Hãy quay lại video/bài viết cảm nhận về điều mà bạn muốn bán theo kịch bản 5 bước hướng dẫn sau đây:

Bước 1: Chào và giới thiệu bản thân đã biết đến sản phẩm/dịch vụ qua dịp nào?

Bước 2: Sản phẩm/dịch vụ đã giúp bạn có được kết quả mới nào?

Bước 3: Đây là điều mà bạn cảm thấy tốt nhất ở sản phẩm/dịch vụ đó?

Bước 4: Kêu gọi hành động – bạn muốn nhắn nhủ gì với người đọc/người nghe về sản phẩm/dịch vụ mà bạn đang có cảm nhận tốt?

Bước 5: Cảm ơn vì họ đã lắng nghe!

Bài tập 2: Vậy là 7 ngày vừa qua đã kết thúc module “hành trình trải nghiệm khách hàng” với 7 mức độ.

Bạn hãy viết ra/quay video/livestream để diễn giải về những nguyên tắc cốt lõi trong từng giai đoạn nhỏ (diễn giải hết tất cả nguyên tắc của 7 giai đoạn). Điều này sẽ giúp cho bạn nhớ lâu hơn, hiểu sâu hơn.

Ví dụ, ở giai đoạn chuyển biến người lạ thành người biết mình thì nguyên tắc cốt lõi là gì sau đó giải thích ra?

Ví dụ, ở giai đoạn chuyển biến người biết mình thành người thì nguyên tắc cốt lõi là gì sau đó giải thích ra?

PHAN THANH DŨNG

Ví dụ, ở giai đoạn chuyển biến người marketing hộ mình thành người bán hàng hộ mình thì nguyên tắc cốt lõi là gì sau đó giải thích ra?

Sau khi thực hành xong, bạn vui lòng gửi lại bài tại đây: <https://bit.ly/bh8bbaitap7>

Hoặc bạn có thể quét mã QR để vào thẳng nơi nộp bài tại đây...



Chúc bạn làm bài trong sự hoan hỷ và vui vẻ phần khích tộ độ!

Chương 3



Thấu tỏ và làm chủ quy trình bán hàng 8B



Ngày 8: Bán thân đi nào

Trong khóa huấn luyện Siêu diễn đạt giúp cho học viên của tôi giỏi hơn về kỹ năng giao tiếp và thuyết trình, tôi có một người anh lớn hơn mình gần gấp đôi tuổi, anh ấy tên Huy.

Tôi và anh ấy thường xuyên trò chuyện với nhau để học hỏi lẫn nhau, chợt một ngày anh nhắn cho tôi:

Thầy X đã gây ra một hậu quả rất lớn chắc có lẽ chưa biết. Từ Bắc vào Nam, các bậc phụ huynh đã đóng tiền học phí rất cao với số tiền 200 triệu của khóa dẫn dắt bậc thầy.

Không chất lượng, không có trách nhiệm quan tâm và học viên đang kiện tụng lung tung. Cả năm trời, thầy hoặc nhân viên chưa bao giờ hỏi thăm sức khỏe gia đình thế nào, việc học con cái có phát triển không, chưa hề!

SIÊU BÁN HÀNG

Bí mật để trở thành bậc thầy bán hàng trong lĩnh vực của bạn

Cách làm của thầy X đã thất bại, phát triển rất nhanh nhưng không biết cách quản lý và chăm sóc khách hàng cũ thì toang...

Nghe xong tâm sự của anh, tôi thở dài và trả lời anh:

Haizzzz!!!

Bài học cho tương lai của em, em sẽ không tham mà đánh mất chất lượng!

Anh đồng tình và nói tiếp:

Kết quả tốt chính là chất lượng của khách hàng cũ, mình nói hay không bằng người cũ phát triển. Tiếng nói của họ giá trị hơn mình rất nhiều lần.

Tôi gật gù tán đồng với lời anh nói và tôi bồi thêm câu nữa:

Em cũng làm đào tạo kỹ năng và kinh doanh bên lĩnh vực sách do mình viết ra, sách của em giá không hề rẻ so với thị trường bởi em tập trung vào nội dung chất lượng và hữu ích thực tế với người đọc, với em độc giả là trên hết. Họ đọc sách thì họ phải hiểu để thực hành và có cảm hứng trong từng con chữ đến cuối cuốn sách.

Anh trả lời sau khi tôi nói:

PHAN THANH DŨNG

Bán cái có giá cao thì khó bán nhưng bán cái vô giá với họ thì giá cao họ vẫn cảm thấy xứng đáng. Em làm thế nào để họ mua em chứ không phải là mua sách. Khi họ mua em, em sẽ nhận lại rất nhiều thứ khác nữa chứ không phải sách không đâu em...

Tôi giật mình với câu nói của anh “họ mua em chứ không phải mua sách”, câu nói này thật sự quá sâu sắc với bản thân tôi vì từ những ngày đầu lập nghiệp thì tôi đã chú trọng đến việc mình là ai để bán được hàng.

Và trong bài viết ngày hôm nay với việc mở đầu bằng cuộc trò chuyện giữa tôi và anh Huy với câu nói đầy sức mạnh đó, chúng ta sẽ đi sâu vào bước đầu tiên của chiến lược 8 bước (8B) để bán bất cứ thứ gì bạn muốn dễ như ăn cơm. Vậy bước đầu tiên trong 8 bước (8B) này là gì?

Trước khi đi sâu vào bước đầu tiên, tôi giới thiệu lại với bạn 8 bước bán hàng một cách tổng quát trước đã. Theo đó, 8 bước bán được hàng này có 8 chữ B đứng đầu tiên, cụ thể là:

Bước 1: Bàn

Bước 2: Ban

Bước 3: Bạ

Bước 4: Bàn

SIÊU BÁN HÀNG

Bí mật để trở thành bậc thầy bán hàng trong lĩnh vực của bạn

Bước 5: Biểu

Bước 6: Bán

Bước 7: Bám

Bước 8: Bè

Rồi!

Bây giờ chúng ta sẽ luận sâu hơn về bước đầu tiên, đó là chữ “bản”. Bản ở đây chính là “bản thân” chúng ta, “bản sắc” cá tính của chúng ta và là bản chất của thứ mà chúng ta đang muốn đem đi bán. Vậy nên từ đây sẽ có hai hướng rẽ mà chúng ta cần thấu hiểu sâu sắc:

Hướng 1: Ta là ai, ta có bản sắc (cá tính) gì để bán được hàng?

Lưu ý là hãy để khách hàng tiềm năng “mua bạn” thay vì mua hàng, khi bạn bán được mình thì việc họ mua hàng của bạn là chuyện bình thường và rất có thể họ sẽ còn mua thêm nhiều sản phẩm/dịch vụ từ bạn nữa nếu bạn có thứ để cung cấp tiếp cho họ. Vậy câu hỏi đặt ra là bạn có gì để bán được mình?

Chỉ có bạn mới trả lời được câu hỏi này thôi, ở đây tôi sẽ lấy ví dụ tôi bán mình như thế nào nhé!

PHAN THANH DŨNG

Ví dụ, khi tôi gặp một người mới, tôi sẽ cười rất tươi với họ và mở một lời chào đầy vui vẻ: Chào anh, em rất vui khi được làm quen với anh.

Sau đó, tôi sẽ giới thiệu về bản thân mình: Em là Dũng, em đang làm bên lĩnh vực giúp cho người khác ăn nói và bán hàng tốt hơn, còn anh đang làm bên lĩnh vực gì vậy anh?

Sau khi họ trả lời về lĩnh vực mà họ đang làm, ví dụ như tài chính. Tôi sẽ tăng cảm xúc cho họ bằng việc tìm ra mối quan tâm chung, kiểu như:

Ồ, anh đang làm bên lĩnh vực tài chính à anh?

Hay quá, em thích lĩnh vực này lắm vì tài chính rất quan trọng. Trước đây em cũng đọc rất nhiều sách về tài chính và có tham gia đầu tư vào Forex, Coin và chứng khoán. Anh đang làm tài chính về lĩnh vực nào vậy anh?

Và cứ thế, tôi và anh tương tác với nhau liên tục để hai bên thân quen nhau, có qua thì chắc chắn có lại...

Nói một hồi thế nào anh ta cũng sẽ hỏi ngược lại công việc cụ thể của tôi thì đây cũng là bước xác định anh ta đã quan tâm đến món hàng ngời đối diện anh ta (bản thân tôi), tôi tiếp tục một bài PR về bản thân hết sức khéo léo để anh ta phải phục mình, ngưỡng mộ mình chẳng hạn như:

SIÊU BÁN HÀNG

Bí mật để trở thành bậc thầy bán hàng trong lĩnh vực của bạn

Em là tác giả của 2 cuốn sách và là Tổng Giám đốc của CTCP Truyền thông Giá Trị Việt, em đang có ước mơ, tầm nhìn, mục tiêu, sứ mệnh về giáo dục với việc đưa tổ chức của em vươn tầm thế giới bằng cách...

Một hồi sau thế là tôi đã có uy quyền và anh ta muốn tiếp tục lắng nghe tôi, lúc này đây câu chuyện khéo léo kết hợp bán sản phẩm sẽ chính thức bắt đầu. Yeahhh!!!

Nhưng câu hỏi đặt ra là?

Có phải bạn đang tự nói với bản thân rằng nhưng mà mình đâu có chức vụ, kiến thức, ước mơ, tầm nhìn gì nhiều đâu mà bán thân được?

Tuyệt vời!

Bạn hiểu vấn đề rồi đó, để bán thân được (bán niềm tin) thì bạn phải có thứ để bán, vậy nên cái gì mình thấy mình thiếu thì mình bù đắp thôi, giống như cửa hàng tạp hóa, siêu thị thiếu hàng thì chăm thêm hàng vậy đó!

Bạn chưa có chức vụ?

Bà bán nước mía đâu có cần là chuyên gia về mía mới bán được nước mía?

Bạn chưa có ước mơ?

Ai mà chẳng có ước mơ chỉ là ước mơ bé nhỏ con

hay ước mơ to lớn như khủng long mà thôi. Ước mơ nhỏ thì bơm thêm cho nó lớn, ước mơ không có tiền nên đừng có hà tiện...

Bạn chưa có mục tiêu?

Vậy thiết lập đi, nếu chưa có thì thiết lập thôi. Mục tiêu về tài chính, về sức khỏe, về sự nghiệp, về mối quan hệ... thiếu cái nào thì tạo cái đó.

Bạn chưa có tầm nhìn?

Tầm nhìn nghĩa đen chỉ đơn giản là khả năng nhìn được xa ở mức độ nào thôi, tầm nhìn ở đây ý nói là càng nhìn được xa ở trong tâm tưởng bao nhiêu thì càng có tầm nhìn cuộc sống bấy nhiêu.

Vậy ngồi xuống và bắt đầu tĩnh tâm, ngẫm về tầm nhìn của cuộc đời mình trong mấy tháng hoặc mấy năm tới nữa xem mình vẽ ra trong đầu mình hình ảnh gì, mình muốn trở thành ai và mang được thông điệp gì đến cho người khác?

Tóm lại, thiếu cái gì bù đắp cái đó, thùng chõ nào thì mình bịt lại chõ đó. Nghĩ đơn giản, làm dễ dàng!

Hướng 2: Yếu tố thứ hai trong chữ “bản” là bản chất của thứ mà chúng ta muốn mang đi bán. Chúng ta phải giải quyết một số câu hỏi sau:

Sản phẩm mà ta đang bán mang lại lợi ích gì cho người sử dụng?

Ví dụ như kem đánh răng thì giúp bảo vệ sâu răng và giúp răng sáng, trắng.

Sản phẩm của ta chứa thông điệp cốt lõi là gì?

Ví dụ như nụ cười tươi, đời rực rỡ.

Sản phẩm của ta có gì khác biệt?

Sản phẩm của ta sử dụng trong bao lâu?

...

Ở chữ “bản” này dù là bản thân, bản sắc hay bản chất thì thực chất chính là sự chuẩn bị kỹ càng trước khi mang hàng đi bán.

Nếu chúng ta xác định chúng ta là một chiến binh bán hàng, một sát thủ bán hàng, một tay cự phách trong trò chơi thuyết phục thì trước khi chinh phục mục tiêu, chúng ta phải có sự chuẩn bị kỹ càng với từng dụng cụ hỗ trợ và lường trước được những tình huống xấu nhất!

Lúc đó sự tự tin sẽ luôn vây quanh ta, tự tin chính là cái van xả năng lực của ta ra ngoài, tự tin cũng chính là chìa khóa giúp ta thêm năng lượng và tràn đầy động lực.

Sự tự tin mà kết hợp thêm với sự lắng nghe và khơi gợi khéo léo hướng tâm về món hàng muốn bán thì khách hàng tiềm năng nào mà chẳng đổ gục. Vậy làm thế nào để chúng ta trang bị được cho bản thân tất cả những yếu tố mang tên chữ “bản”?

Bước 1: Chúng ta phải biết chúng ta muốn gì.

Bước 2: Chúng ta phải biết chúng ta thiếu gì.

Bước 3: Chúng ta phải biết chúng ta tìm điều chúng ta thiếu ở đâu.

Bước 4: Chúng ta phải đổ đầy chỗ thiếu thành chỗ dư hoặc chỗ đủ.

Nếu bạn đã đi và đọc được đến đoạn này thì tôi cũng phải nhấn nhủ rằng:

Chỉ có bạn mới biết bản thân mình thiếu điều gì rõ nhất mà thôi!

Vậy nên, bài tập của ngày hôm nay rất đơn giản, đó là sẽ tập thói quen về việc tự đặt câu hỏi để ngày

SIÊU BÁN HÀNG

Bí mật để trở thành bậc thầy bán hàng trong lĩnh vực của bạn

càng thông thái hơn bằng việc trả lời những câu hỏi mà mình đặt ra.

Ai biết đặt câu hỏi thông minh, người ấy cũng sẽ có được câu trả lời thông minh. Vậy nên, bài tập của bạn là:

Hãy tự đặt ra ít nhất 10 câu hỏi xoay quanh chữ “bản” và rồi trả lời cho từng câu hỏi mình đặt ra để ngày có một sự thấm thấu tuyệt đối vào chữ “bản” này.

Sau đó hãy gửi lại bài tập vào nhóm tại:

<https://bit.ly/bh8bbaitap8>

Gợi ý:

Bản là gì?

Mình luyện tập chữ bản này như thế nào?

...

Hãy tự động não bằng việc tìm ý tưởng với những câu hỏi mở (tại sao, cái gì, như thế nào, để làm gì, làm thế nào, bao lâu, bao xa, ai).

Lưu ý, bài tập này thiên về sự động não cá nhân và nếu không hoàn thành bài tập này, người thiệt thòi nhất là bạn. Chúc bạn hoan hỷ làm bài để mang lại hiệu quả cao!

PHAN THANH DŨNG

Bạn có thể quét mã QR để đến đúng nơi gửi bài tập tại đây...



Ngày 9: Ban tặng là sức mạnh

Ngồi trong căn phòng ẩm áp với chút mưa tí tách bên ngoài cửa sổ, tôi ngẫm nghĩ lại công việc mà mình đã làm trong nhiều năm nay với việc hàng chục ngàn người thay đổi tích cực hơn nhờ những bài viết, những cuốn sách, bài livestream, video, lời động viên, tâm sự, sẻ chia liên tục của mình.

Tất cả những điều này, tôi gọi là “quà mà mình ban tặng” cho người khác để đổi lại niềm vui sống có ích cho chính mình.

Bạn biết không?

Trên con đường sự nghiệp, có rất nhiều lần tôi hoặc ai đó xưng mình là một diễn giả, tác giả nổi tiếng trong lĩnh vực đào tạo kỹ năng nhưng hôm nay ngồi đối diện

với nội tâm của chính mình, tôi thật sự không muốn nhận mình là một diễn giả hay tác giả gì cả mà tôi đơn giản chỉ là người gieo nhân lành, người đam mê chia sẻ những giá trị tinh thần.

Còn việc là tác giả hay diễn giả thì cũng chỉ là lớp vải bọc sang trọng để mang đi tặng.

Nghề tôi làm thật ra chính là nghề chia sẻ, nghề cho đi, nghề ban tặng. Càng tặng được nhiều giá trị tích cực bao nhiêu thì càng nổi tiếng và càng giúp được nhiều người thay đổi tốt hơn.

Nếu suy cho cùng ban tặng mà tạo ra được những phước đức cho cuộc đời thì chúng ta nên làm việc đó nhanh nhất có thể, nhiều nhất có thể và đúng người, đúng việc nhất có thể.

Tại sao phải là nhanh nhất có thể, nhiều nhất có thể, đúng người và đúng việc nhất có thể?

Câu trả lời là... sẽ như thế nào nếu tặng một món quà mà cả tháng trời hoặc một năm trời mới đến được nơi người nhận?

Sẽ ra sao nếu mình có một món quà hữu ích có thể giải quyết vấn đề cho hàng triệu người mà mình chỉ tặng cho một vài người?

Sẽ như thế nào nếu mình tặng một cái váy cho một người đàn ông đích thực?

Sẽ như thế nào nếu mình đem đi tặng cái lược cho một nhà sư?

Sẽ như thế nào nếu mình làm những việc không hiệu quả?

Những việc làm không hiệu quả sẽ dẫn “đá” chúng ta vào bức tường của sự bế tắc, chẳng sớm thì muộn chúng ta cũng sẽ bỏ cuộc.

Trong việc bán hàng cũng thế, nếu bạn đã từng được lắng nghe tư duy về ba chữ quả trong bán hàng thì chắc chắn bạn thấu hiểu điều này, chúng ta phải làm những điều hiệu quả. Vậy câu hỏi đặt ra là trong bước ban này chúng ta ban như thế nào cho hiệu quả đây?

Bạn nhớ cho câu nói “của cho không bằng cách cho” mà chúng ta hay nghe rôm rả trên truyền thông hoặc ông bà dạy lại. Và đúng thật là... cách cho quan trọng hơn của cho. Vậy nên, câu hỏi đặt ra tiếp theo là cho sao đúng cách đây?

Tùy tình huống và sẽ có nhiều cách nhưng ở đây bạn nên nằm lòng tư duy của việc cho nhận. Việc cho cũng quan trọng như việc nhận bởi vì nếu bạn cho mà người khác không nhận thì món quà ấy ai giữ?

Bạn vẫn giữ! Và nếu bạn hiểu rằng khi họ chịu nhận của bạn là bạn đã gieo được một hạt “phước đức” để sau này cái hạt ấy được nở hoa, đơm bông kết trái và tạo ra nhiều quả hơn thì ai sẽ là người cảm ơn ai?

Người nhận cảm ơn người tặng và người tặng cũng phải cảm ơn người nhận. Tuy nhiên, nếu bạn đang là người bán hàng thì lưu ý khi tặng cho ai đó một món quà gì đó, bạn hãy cảm ơn ngầm trong lòng của mình thôi để thái độ biết ơn của mình làm cho lời nói lẫn ngôn ngữ cơ thể của mình mềm mại hơn.

Tâm sẽ sinh tướng và nhớ thêm nữa là ở bước này mục đích (cái đích cuối cùng) của bước ban tặng là mình lấy được lòng của họ hay gọi cách khác là mình có uy quyền trong mắt của họ, có phải khi ta tặng một ai đó điều gì đó thì từ trong tiềm thức họ sẽ có tâm lý luôn muốn đáp trả lại một cách tự nhiên?

Tóm lại, càng biết cách cho đi nhiều, nhanh, đúng người và đúng cái họ cần với một thái độ tôn trọng thì càng được lòng nhiều người và càng có uy quyền (quyền lực mềm).

Thế câu hỏi tiếp tục đặt ra là ta sẽ cho đi cái gì đây?

Bí mật là hãy cho đi cái mà họ cần chứ không phải cá mà chúng ta có. Nên cho 3 điều sau đây:

Thứ nhất là những thứ lấy đi được nỗi sợ của họ. Ví dụ như họ sợ quên thì ta cho họ phương pháp nhớ, họ sợ đói thì ta cho họ đồ ăn...

Thứ hai là những thứ mang lại cho họ được sự an tâm, thoải mái và sung sướng. Ví dụ như lâu ngày họ chưa được ngủ ngon vì nằm đất, nằm sàn thì ta cho họ nằm nệm êm, chăn ấm.

Thứ ba là những gì họ muốn chinh phục và làm chủ. Ví dụ như một thanh niên có khát khao khởi nghiệp thành công thì ta hỗ trợ về vốn để họ khởi nghiệp và bày cho họ cách để họ làm chủ được những kỹ năng kinh doanh để họ tiến đến con đường khởi nghiệp thành công bền vững, không lỗ mà chỉ toàn lãi.

Vậy đó, của cho không bằng cách cho nhưng của cho cũng rất quan trọng với người cho. Trước khi vào phần bài tập, tôi có điều muốn chia sẻ với bạn về chữ cho mà nhà Phật gọi là “bố thí”. Chúng ta “bố thí” để làm gì?

Để làm cho ruộng phước đức của ta ngày càng lớn hơn, có phước có đức mặc sức mà ăn. Vậy có mấy con đường để thực hành bố thí?

Có 3 con đường để gieo trồng ruộng phúc đức. Con đường đầu tiên là tài thí, tức là cho những tài sản vật chất với người đang cần. Con đường thứ hai là pháp thí, tức là cho những phương pháp, cách thức luyện tập hiệu quả với những người đang cần. Con đường thứ ba là vô úy thí, tức là cho đi sự an tâm, an toàn khi mà họ ở bên cạnh ta.

Với một người bán hàng, thật ra ta đang cho họ chính là pháp thí, con đường để dẫn đến việc giải quyết nỗi sợ, tiêu trừ khó khăn và dẫn lối đến bến bờ thoải mái, sung sướng khi giải quyết được vấn đề.

Đó là những gì luận về chữ “ban” mà hôm nay tôi chia sẻ cho bạn. Còn để thấm thấu sâu hơn, tôi mời bạn làm bài tập của ngày hôm nay, đó là trả lời những câu hỏi sau đây một cách nhiệt tình nhất có thể:

- 1) Sẽ như thế nào nếu tặng một món quà mà cả tháng trời hoặc một năm trời mới đến được nơi người nhận?
- 2) Sẽ ra sao nếu mình có một món quà hữu ích có thể giải quyết vấn đề cho hàng triệu người mà mình chỉ tặng cho một vài người?
- 3) Sẽ như thế nào nếu mình tặng một cái váy cho một người đàn ông đích thực?
- 4) Sẽ như thế nào nếu mình đem đi tặng cái lược cho một nhà sư?

SIÊU BÁN HÀNG

Bí mật để trở thành bậc thầy bán hàng trong lĩnh vực của bạn

- 5) Sẽ như thế nào nếu mình làm những việc không hiệu quả?
- 6) Mình định cho ai và có gì để cho?
- 7) Hãy giải thích rõ nghĩa câu nói “Hãy cho thứ mà người ta cần chứ đừng cho cái mà mình có” và nếu mình không có thứ họ cần để cho thì mình phải làm sao?
- 8) Làm gì để ruộng phước đức của ta ngày càng lớn?
- 9) Nếu có 3 câu hỏi để được đặt ra tiếp giải đáp xoay quanh về chữ “ban” thì 3 câu hỏi đó là gì và hãy trả lời 3 câu mà chính bản thân bạn tự đặt ra?

Chúc bạn làm bài tập trong sự hoan hỷ. Xin chào và hẹn gặp lại bạn trong bài tập tiếp theo vào ngày mai!

Gửi lại bài tập tại đây: <https://bit.ly/bh8bbaitap9>.
Hoặc quét mã QR tại đây...



Ngày 10: Start game & End game

Trong một cuộc trò chuyện với người bạn mà tôi rất yêu quý, tôi có nắm lấy được hai từ khóa mà tôi nhớ mãi và rất ấn tượng, đó là từ “Start game và End game”, dịch nôm na ra là trò chơi bắt đầu và trò chơi kết thúc.

Vậy hai điều này có gì đáng mà phải bàn luận ở đây?

Đáng chứ!

Bắt đầu một trò chơi đã khó, kết thúc trò chơi đó còn khó hơn và khó hơn nữa là kết thúc trò chơi đó với một kết quả mà bản thân hài lòng và mãn nguyện.

Lấy ví dụ việc chúng ta thức dậy sớm vào buổi sáng và chạy bộ. Khởi đầu có khó không?

Rất khó!

Ở giai đoạn ban đầu của việc thức dậy và chạy bộ, việc chúng ta thỏa hiệp với bản thân mỗi buổi sáng như là “Thôi mai rồi chạy, hôm nay ngủ thêm một tí nữa rồi ngày mai bắt đầu vậy, hôm nay coi như ngày cuối mình lười biếng” và điều thú vị là sang ngày mai bản thân chúng ta lại “Thôi để mai”.

Và đây cũng là lý do mà có rất nhiều ước mơ, mục tiêu dự định của rất nhiều người trên thế giới được mang đến một khu gọi là “gò mả, nghĩa địa” và nằm im ở đấy với cái bẫy “ngày mai” được đặt ra. Đến khi xanh cỏ và làm mầm non nghĩa địa rồi mà vẫn chưa được thực hiện.

Tuy nhiên cũng có những người, họ có khả năng bắt đầu cực kỳ nhanh nhưng rồi họ dừng lại cũng nhanh như việc họ bắt đầu, hạng người này tôi gọi là hạng người “mau thềm cũng mau chán”.

Hạng người này còn tệ hơn cả người không dám bắt đầu vì họ cứ hành động nửa vời không dứt khoát, hoặc là làm hoặc là không làm chứ làm nửa chừng khác gì việc hời hợt, cẩu thả?

PHAN THANH DŨNG

Nhà văn Nam Cao từng nói: “Bất cứ sự cầu thả nào trong cuộc sống cũng là bất lương”.

Những người này, họ không bất lương với người khác thì họ bất lương với chính mình. Việc mà họ thực hiện nửa vời cũng giống như chinh phục mục tiêu nửa vời vậy, mỗi mục tiêu sinh ra không khác gì một đứa con tinh thần của họ. Làm 5 việc, họ bỏ cuộc giữa chừng 5 việc và điều này cũng đồng nghĩa với việc họ bỏ rơi 5 đứa con tinh thần của họ.

Sẽ như thế nào nếu để con ra rồi nuôi nó được vài ngày hoặc được dăm ba tháng rồi đem đi bỏ?

Mà ở đây không phải bỏ một đứa con mà bỏ nhiều đứa con?

Đó không phải là bất lương thì là gì?

Là quá bất lương!

Vậy nên nếu bạn đọc được những dòng chữ này thì hãy xem lại cái cách mà bản thân bạn đang đối xử với những đứa con mục tiêu của bạn, bạn đang nỗ lực nuôi nó lớn hay muốn bỏ nó?

Nếu bỏ nó, bạn đã kết thúc trò chơi với một kết quả quá tồi tệ, nhưng nếu nuôi nó lớn đến cùng, bạn sẽ nhận được trái ngọt từ nó.

Trong việc bán hàng cũng thế, việc bạn định vị mình là một người bán hàng xuất sắc hay là người trao giá trị cấp số nhân, hay là sát thủ bán hàng thì thực ra đó cũng là một mục tiêu mà bạn đang muốn chinh phục. Vậy bạn đang đối xử với mục tiêu này của mình như thế nào?

Chăm sóc đứa con mục tiêu này hằng ngày bằng việc luôn quan sát cuộc sống để đúc rút bài học về bán hàng, đọc tài liệu chia sẻ về bán hàng hằng ngày hay lâu lâu mới quan tâm đến đứa con này khi ai đó nhắc nhở?

Muốn một cái cây lớn nhanh, thường thì ta phải chăm sóc nó thường xuyên!

Cách một hôm trước khi viết bài này, tôi có yêu cầu một bạn học viên đến nhà mình để tôi hướng dẫn một số kiến thức để làm việc và tình cờ hôm ấy, tôi có một cuộc hẹn với một khách hàng tiềm năng qua việc video call Facebook để giới thiệu về một chương trình giúp nói hay, bán hàng giỏi.

Cuộc trò chuyện giữa tôi và khách hàng tiềm năng ấy diễn ra trong 1 giờ 25 phút 85 giây với kết quả là tôi chốt được con số 9.000.000 VNĐ.

PHAN THANH DŨNG

Bạn ấy ngồi lắng nghe và chứng kiến từng khoảnh khắc mà tôi chốt sale, chốt xong tôi hỏi: Bằng một tháng lương của em chưa?

Bạn ấy trả lời: Dạ hơn rồi anh!

Tôi nói tiếp: Vậy em có hình dung được là mỗi ngày anh chỉ cần chốt được một người thì một tháng thu nhập của anh là bao nhiêu không?

Bạn ấy bắt đầu suy nghĩ và trả lời:

$30 \times 9.000.000 = 270.000.000 \text{ VND/tháng.}$

Câu chuyện tạm kết thúc ở đây và điều tôi muốn nói ở đây là gì?

Bạn đang có thu nhập bao nhiêu là một tháng?

Bạn nhớ cho rằng việc bạn kiếm được thu nhập ít thì không có nghĩa là người khác cũng kiếm được ít giống như bạn mà ngược lại có rất nhiều người đang kiếm con số gấp 10, gấp 100 thậm chí gấp 1.000, 10.000 lần mà bạn đang kiếm được. Vậy câu hỏi đặt ra là tại sao họ lại mức được nhiều tiền hơn bạn?

Có 3 điều sau đây cần nhớ, thứ nhất là họ có uy tín hơn bạn trong một lĩnh vực nào đó, người ta định vị họ là chuyên gia. Chuyên gia thường được trả thù lao cao.

SIÊU BÁN HÀNG

Bí mật để trở thành bậc thầy bán hàng trong lĩnh vực của bạn

Thứ hai là giá trị mà họ cung cấp có giá trị cao cũng đồng nghĩa với tỷ lệ thuận với trị giá mà khách hàng chi ra để sở hữu.

Ví dụ đi bán bánh mì thì chỉ 15.000/ổ nhưng một học viên học Siêu diễn đạt thì 9.000.000 VNĐ/học viên.

Cùng là một con số 9.000.000 VNĐ như nhau thì bạn chọn việc bán được 6.000 ổ bánh mì với giá 15.000/ổ hay bạn chọn bán cho một người với giá 9.000.000 VNĐ?

Vậy làm việc thông minh (work smarter) hay làm việc chăm chỉ (work harder) là do lựa chọn của bạn!

Thứ ba là mối quan hệ mà bạn có để mức được tiền. Người ta bảo rằng tiền trao thì cháo múc. Bạn biết mức cháo rồi, vậy câu hỏi là mức xong rồi trao cho ai để nhận tiền?

Đó là khách hàng của bạn hay còn gọi là bạn của bạn, bạn càng có nhiều bạn thì tỷ lệ họ mua cháo từ bạn càng cao. Một người muốn ăn cháo thường chỉ ăn một tô cháo mỗi sáng, vậy để mỗi sáng bán được một trăm tô cháo thì bạn cần bao nhiêu người bạn?

Nếu trả lời một trăm người bạn thì sai be bét vì có phải ai cũng muốn ăn cháo đâu mà họ thích ăn phở, hủ tiếu, bánh canh, bánh mì thì sao?

PHAN THANH DŨNG

Con số phải nhiều hơn một trăm, cá nhân tôi tin rằng sẽ có tỷ lệ 80/20 hoặc 30/70 nhưng chắc chắn phải nhiều hơn một trăm người bạn thì bạn mới đạt được mục tiêu bán được một trăm tô cháo mỗi sáng.

Bạn thấy được tầm quan trọng của chữ “bạn” chưa?

Tiền nằm trong danh sách bạn bè của bạn (money in the list) chứ không nằm ở đâu xa đâu. Danh sách to thì tiền to mà danh sách ít thì tiền ít, chỉ có vậy thôi. Vậy nên nếu bạn ý thức được điều này thì bạn càng phải cho đi (ban) thật nhiều, thật nhanh để có thêm nhiều mối quan hệ (bạn).

Lưu ý, danh sách bạn bè thật sự là khi bạn có thông tin cơ bản của họ như họ và tên, email, số điện thoại và điều quan trọng nhất đó chính là họ biết bạn.

Và bây giờ chúng ta thử làm một phép tính xem bạn đã biết cách kiếm tiền và bỏ lỡ bao nhiêu tiền từ mạng xã hội mà bạn đang sử dụng hằng ngày chưa nhé?

Giả sử bạn có 3.000 bạn bè sống tích cực, yêu đọc sách trên Facebook và trong số 3.000 người bạn này có một tỷ lệ rất nhỏ là 20% số bạn bè thường xuyên tương tác với bạn và tích cực, yêu đọc sách thật sự. Vậy 20% của 3.000 là 600 người.

SIÊU BÁN HÀNG

Bí mật để trở thành bậc thầy bán hàng trong lĩnh vực của bạn

Và bạn đang có một cuốn sách có thể giúp họ ghi nhớ tốt hơn khi đọc sách với mỗi cuốn bán ra bạn thu lại lợi nhuận 80.000/cuốn.

Và bạn có thêm kỹ năng bán hàng thuần thục qua tin nhắn, bạn bắt đầu chốt sale. Với 600 người này, bạn đặt ra mục tiêu là nhắn tin chốt họ trong 3 tháng tương đương với 90 ngày.

Bạn lấy $600 : 90$ thì ra được con số mỗi ngày bạn cần phải tiếp cận tối thiểu là 6 người. Và với tỷ lệ chốt là 50% thì mỗi ngày bạn bán được 3 cuốn sách, tức mỗi ngày bạn thu được lợi nhuận $80.000 \times 3 = 240.000$ VNĐ.

Bạn làm liên tục như thế trong 90 ngày thì con số bạn kiếm được từ bạn bè trên Facebook là bao nhiêu?

Con số là hơn 21.000.000 VNĐ cho một chiến dịch 90 ngày. Vậy vị chi mỗi tháng bạn gia tăng được thu nhập hơn 7.000.000 VNĐ.

Đĩ nhiên khi nói đến đây thì nhiều chữ “nhưng” sẽ bắt đầu được thốt ra...

Nhưng mà làm gì có thời gian nhắn tin!

Nhưng mà không quen nhắn tin, cầm điện thoại nhiều nhưc đầu lảm!

Nhưng mà còn phải đi học...

Nhưng mà...

...

Bạn thấy gì chưa?

Chúng ta lại bắt đầu tự tạo rào cản cho bản thân nữa rồi đấy. Ở đây chúng ta có vài hướng giải quyết sau đây:

Thứ nhất, bạn nên dành thời gian tập trung thì sẽ ra được kết quả như mong muốn hoặc hơn, than vãn chẳng ích gì – ngồi đó mà nói không bằng đứng lên mà làm.

Thứ hai, nếu bạn không tập trung được thì hãy giảm mong cầu của bạn xuống. Ví dụ, thay vì mỗi ngày chốt được 240.000 VNĐ thì mỗi ngày mình kiếm thêm 80.000 VNĐ thôi, mỗi tháng cũng tăng thêm được 2.400.000 VNĐ vậy?

Cái khổ của con người là giữa mong muốn và đạt được là hai điểm hoàn toàn khác nhau. Trên đời này làm gì có cái gì muốn là đạt được mà không phải nỗ lực, đặc biệt là những điều khó?

Vậy để gia tăng thu nhập thì không khó nếu biết tính toán và chọn lựa sản phẩm nhưng quan trọng

nhất sau khi có được sản phẩm ngon, chất lượng thì phải có nhiều bạn để chiến thắng trò chơi bán hàng một cách hiển hách nhất.

Thế nên, tôi sẽ ngưng việc chia sẻ ngày hôm nay tại đây và để bạn thấm sâu hơn về chữ “bạn” này, bạn hãy trả lời một số câu hỏi bài tập sau đây:

Bài tập 1: Tại sao khởi đầu lại khó và kết thúc lại còn khó hơn?

Bài tập 2: Bạn hãy kể lại câu chuyện mà bạn từ bỏ đứa con mục tiêu của mình và rút ra bài học gì sau việc bỏ đứa con mục tiêu đó?

Bài tập 3: Mục tiêu bán hàng của bạn cụ thể, rõ ràng, có con số trong 3 tháng tới của bạn là gì?

Bài tập 4: Bạn chọn làm việc thông minh hay làm việc chăm chỉ, tại sao?

Bài tập 5: Có câu nói hãy làm việc chăm chỉ trước rồi hãy làm việc thông minh, bạn nghĩ gì về câu nói này?

Bài tập 6: Bạn nghĩ gì về câu nói tiền nằm trong danh sách bạn bè?

Bài tập 7: Bạn muốn trong 3 tháng tới kể từ ngày hôm nay, bạn có bao nhiêu bạn bè trong danh sách của mình?

Bài tập 8: Bạn làm gì để thu thập danh sách bạn bè với việc đầy đủ thông tin như họ và tên, email, số điện thoại và quan trọng hơn cả là họ biết đến bạn?

Bài tập 9: Nếu có 3 câu hỏi để tự hỏi bản thân về chữ “bạn” thì bạn sẽ hỏi gì?

Sau khi tự hỏi mình xong, bạn hãy tự diễn giải ra và gửi lại bài tập tại đây nhé: Gửi lại bài tập tại đây: [**https://bit.ly/bh8bbaitap10**](https://bit.ly/bh8bbaitap10)

Hoặc quét mã QR tại đây...



Ngày 11: Ứng dụng và áp dụng

Phong ba bão táp không bằng ngữ pháp Việt Nam... Bạn thân mến!

Quá thật đây là một câu nói rất hay có đại ý ẩn dụ nói về sức mạnh của ngôn từ tiếng Việt trong cuộc sống hằng ngày.

Nói về ngôn từ thì tôi lại nhớ mình thường xuyên nhắc nhở học viên rằng siêu trí tuệ không phải là nhớ thật nhiều, tính toán cho thật nhanh mà là hiểu cho thật sâu về điều gì đó.

Càng hiểu sâu và đặc biệt hiểu nhiều về điều gì đó thì người đó càng có nhiều trí tuệ. Và tìm trí tuệ ở đâu?

Trong ngôn từ mà chúng ta sử dụng và giao tiếp hằng ngày. Một người có trí tuệ là người nói đúng,

nói chuẩn và làm đúng thậm chí làm vượt mong đợi những gì mà mình nói ra với một mục tiêu tích cực.

Nhân tiện ngày hôm nay có dịp chia sẻ cho bạn một số kiến thức về chữ “bàn” thì tôi cũng luận bàn về hai từ ngữ rất thú vị mà chúng ta thường xuyên được nghe trong cuộc sống hằng ngày và đặc biệt...

Nếu chúng ta là người ham học hỏi thì tôi sẽ nhắc bạn nhớ là chúng ta thường xuyên được thầy của chúng ta dặn dò về hai từ ngữ này trong lúc đi học. Bạn biết hai từ ngữ này là gì không?

Bật mí ngay cho bạn đó là “áp dụng” và “ứng dụng”, có phải khi chúng ta học được điều gì đó, thầy của chúng ta hay bảo là hãy áp dụng nó vào cuộc sống hoặc vào đâu đó để tạo ra kết quả đúng không?

Có người kêu là hãy ứng dụng đi, có người kêu là hãy áp dụng đi... Vậy hai điều này có gì khác nhau?

Trước khi giải thích hai từ ngữ này một cách kỹ càng hơn thì bạn lưu ý cho... Nếu bạn hiểu thấu được hai điều này thì bạn sẽ vô cùng hạnh phúc vì bản thân bạn biết lúc nào nên áp dụng và lúc nào nên ứng dụng. Vậy rốt cuộc hai điều này khác nhau chỗ nào?

Xem nhé!

Ứng dụng và áp dụng đều giống nhau ở chữ “dụng” có nghĩa là có khả năng dùng được. Còn khác nhau đúng ở chỗ... một cái là “áp” và một cái là “ứng”. Áp ở đây là áp đặt còn ứng ở đây là sự linh hoạt.

Nếu bạn để ý, tôi thường xuyên chia sẻ cho bạn kiến thức và những nguyên tắc cốt lõi để bạn “ứng dụng” thay vì “áp dụng”. Chẳng hạn ở tuần đầu tiên là hành trình trải nghiệm tâm lý khách hàng, tuần thứ hai là quy trình, chiến lược 8 bước để bán bất cứ thứ gì bạn thích.

Với những kiến thức, nguyên tắc cốt lõi này, bạn có thể nghĩ ra vô vàn cách để ứng dụng phù hợp với hoàn cảnh mà bạn đang đối mặt.

Còn với việc áp dụng, áp dụng cũng tốt thôi. Học nguyên tắc để ứng dụng rồi từ đó áp dụng. Áp dụng là làm theo đúng chính xác những gì mà người đi trước chia sẻ lại hoặc dạy lại cho chính mình một cách rập khuôn, máy móc nhưng ứng dụng thì lại tùy hoàn cảnh mà xử trí.

Ví dụ nếu bạn đã đọc cuốn sách *Phương pháp ghi nhớ đỉnh cao* mà tôi là tác giả thì công thức SMER chính là công thức để ứng dụng linh hoạt nhớ mọi thứ

muốn nhớ trong cuộc sống. Còn việc nhớ tên người khác theo quy trình như thế nào thì chỉ cần áp dụng đúng mấy bước mà tôi chia sẻ lại mà thôi.

Ứng dụng thiên về nguyên tắc, áp dụng thiên về quy trình!

Nếu là người học, bạn cần phải:

Học những nguyên tắc “ứng dụng” để đi tìm một bức tranh tổng thể sau đó học cách “áp dụng” chính xác từng bước những gì người dạy đã dạy bạn để ra đúng kết quả mà bạn đang muốn chinh phục.

Ở đây không có cái nào tốt, cái nào là xấu cả, cơ bản là chúng ta làm gì với những thứ chúng ta biết mà thôi. Làm gì quan trọng hơn là biết gì, biết gì cũng không quan trọng bằng hiểu gì, hiểu gì một lần nữa cũng không quan trọng bằng làm gì với những cái mình hiểu. Vậy nên làm, làm, làm, làm, làm... là quan trọng nhất.

Vậy việc ứng dụng và áp dụng liên quan gì đến chữ “bàn” trong việc bán hàng?

Rất liên quan là đằng khác, bạn hãy hình dung sẽ như thế nào nếu một người bán hàng bàn luận với khách hàng tiềm năng mà chỉ toàn áp đặt suy nghĩ của mình với khách hàng tiềm năng?

SIÊU BÁN HÀNG

Bí mật để trở thành bậc thầy bán hàng trong lĩnh vực của bạn

Thật kinh khủng, đó là một người bán hàng không biết lắng nghe, một người bán hàng chỉ thích nói, một người bán hàng ngu si, một người bán hàng chỉ biết bán cái mình có mà không phải là cái mà khách hàng đang cần, một người bán hàng lại không biết bán mình.

Hãy luôn nhớ rằng, họ mua mình chứ không phải mua hàng, mình bán được mình thì họ sẽ mua rất nhiều hàng từ mình. Với cương vị là người bán hàng, chúng ta tuyệt đối hãy dành 80% sự linh hoạt của chữ “ứng” để thuận theo dòng chảy (flow) mà bán hàng, 20% còn lại là chữ “áp” khi chúng ta thúc đẩy họ hành động để họ mua hàng, đơn giản thế thôi.

Thế chúng ta bàn gì với khách hàng?

Hãy bàn về những gì mà họ đang quan tâm, khi bạn bàn về thứ họ quan tâm cũng đồng nghĩa với việc bạn đang quan tâm cùng mối quan tâm với họ. Ở bước bàn này, mục đích là tìm ra được thêm nhiều điểm chung trong mối quan hệ của bạn với khách hàng từ trạng thái ấm chuyển sang nóng.

Tương tác tạo tình thương, đây là khoảnh khắc mà hai người nếu không thương nhau thì cũng quý mến, có cảm tình tốt với nhau. Câu hỏi đặt ra là làm như thế nào để biết là họ quan tâm điều gì?

Đơn giản thôi, họ có nói đi đâu cũng sẽ xoay quanh các vấn đề liên quan đến bánh xe cuộc sống mà thôi, đó là tình yêu, sự nghiệp, tài chính, mối quan hệ hoặc những sự kiện xã hội, chính trị...

Là một người bán hàng xuất sắc, chúng ta phải có sự hiểu biết cơ bản về nhiều lĩnh vực để thuận theo dòng giao tiếp của họ nhưng cũng phải biết dẫn dắt họ đến nơi chúng ta muốn họ đến, đó là sản phẩm mà chúng ta đang muốn bán cho họ.

Vậy nên cái quan trọng nhất ở đây chính là sự linh hoạt ứng dụng bởi vì mỗi người mỗi tính, không phải ai ta cũng áp đặt được. Nếu áp đặt được thì chỉ áp đặt được cái kịch bản mà chúng ta chuẩn bị trước mà thôi nhưng về ngôn từ giao tiếp để thuyết phục thì chúng ta nhất định phải “ứng dụng” một cách linh hoạt.

Vậy đó, kiến thức chia sẻ thêm cho bạn trong hôm nay chỉ có thế. Và bây giờ chúng ta sẽ làm bài tập ngay bằng việc trả lời một số câu hỏi sau đây để gia tăng khả năng tự học của bạn trong chủ đề “bàn” này.

Câu hỏi 1: Bàn là gì và tại sao chúng ta phải bàn trước khi bán hàng?

Câu hỏi 2: Chúng ta thường bàn về điều gì là chủ yếu?

SIÊU BÁN HÀNG

Bí mật để trở thành bậc thầy bán hàng trong lĩnh vực của bạn

Câu hỏi 3: Mục đích tức là cái đích cuối cùng, vậy mục đích của bước bàn là gì?

Câu hỏi 4: Hãy kể một câu chuyện mà bạn đã bàn luận say sưa với một ai đó, sau đó hãy nêu lại cảm nhận khi bạn và người đó bàn luận say sưa. Sướng hay khổ và tại sao?

Câu hỏi 5: Nếu có 3 câu hỏi xoay quanh chữ “bàn” mà bạn muốn tự đặt ra cho mình thì 3 câu hỏi đó là gì?

Sau khi đặt ra 3 câu hỏi thì cũng hãy tự trả lời 3 câu hỏi đó. Làm xong bài tập, bạn gửi bài lại tại đây nhé:
<https://bit.ly/bh8bbaitap11>

Hoặc quét mã QR để nộp bài tại đây...



Ngày 12: Ngưng ngay việc không hiệu quả

Bạn thân mến!

Vậy là đến giờ phút này, chúng ta đã cùng nhau đi qua được các bước “bản, ban, bạn, bàn” .

Ở ngày hôm nay, chúng ta sẽ đi sâu hơn về bước biểu. Về cơ bản “biểu” cũng tương đồng nghĩa với “ban” ở chỗ đó là tặng cho ai đó một điều gì đó.

Tuy nhiên, tại sao tôi lại không dùng cùng một con chữ là “ban” cho đỡ rắc rối mà phải sử dụng hai từ ngữ khác nhau?

Vì tôi muốn làm rõ thông điệp sau đây, bạn để ý nhé:

SIÊU BÁN HÀNG

Bí mật để trở thành bậc thầy bán hàng trong lĩnh vực của bạn

Với việc “ban”, ta có thể tặng cho ai tùy thích với mục đích lấy lòng là chính. Nhưng với việc biếu, thường là chúng ta tặng cho những người mà ta cực kỳ tôn trọng, quý mến, nể nang hoặc họ xứng đáng được biếu đúng không?

Ví dụ:

Con biếu cô chú ít quà từ quê con mang lên.

Anh biếu em chút hoa quả ăn lấy thảo.

Với việc “ban” thường thì chúng ta dành cho tất cả đối tượng từ xa lạ đến thân quen, đôi khi chúng ta ban theo một cách rất “đại trà”, có nghĩa là ai muốn nhận thì mình điều cho hết.

Nhưng ở bước “biếu”, chúng ta cũng cho đi, cũng mang tặng đấy nhưng mức độ tặng cho người nhận sẽ thân thiết, tôn trọng, nể nang hơn rất nhiều. Vậy câu hỏi đặt ra là tại sao đôi lứa yêu nhau rất thân nhau, rất tôn trọng nhau nhưng khi tặng nhau tại sao họ không dùng từ ban cũng không dùng từ biếu mà lại dùng từ tặng hoặc từ trao?

Tặng em món quà sinh nhật, chúc em sinh nhật vui vẻ nhé!

Trao em tất cả những gì anh có, chúng ta cùng xây dựng một gia đình hạnh phúc em nhé.

Đấy, bạn thấy tiếng Việt phong phú chưa?

Ban, Tặng, Biểu, Trao về bản chất điều là cho đi một điều gì đó nhưng tùy từng ngữ cảnh mà chúng ta sử dụng cho phù hợp. Vì bản thân tôi không phải là một nhà ngôn ngữ học nên chỉ dám luận một chút về mấy con chữ thú vị này ở bề nổi nhưng có một từ tôi chắc chắn phải nói, đó là chữ “biểu” trong bán hàng.

Nếu ở bước đầu chúng ta “ban” một cách dễ dãi để lấy lòng nhau thì mục đích ở bước “biểu” này chúng ta biểu để khách hàng tiềm năng cảm nhận tốt hơn thứ mà chúng ta đang khéo léo bán cho họ từ đó việc bán được hàng trở nên dễ dàng.

Biểu ở đây theo quan điểm cá nhân của tôi là “dùng thử, xài thử, sử dụng thử, trải nghiệm sản phẩm”.

Tuy nhiên, bước biểu khác với bước ban trong bán hàng là không phải ai cũng có thể nhận được thứ chúng ta “biểu” một cách dễ dàng mà họ thường sẽ thỏa được một số tiêu chí mà ta đã đề ra trong lúc chúng ta “bàn” với họ.

Ví dụ, trước khi chúng ta “bàn” với họ, chúng ta nghĩ họ là một khách hàng tiềm năng nhưng khi bàn xong chúng ta nhận thấy họ không phải là khách hàng tiềm năng thì chúng ta không nên “biểu” cho họ.

SIÊU BÁN HÀNG

Bí mật để trở thành bậc thầy bán hàng trong lĩnh vực của bạn

Biểu là dùng thử sản phẩm, dịch vụ trước khi ra quyết định mua. Mục đích của việc biểu là làm cho khách hàng tiềm năng được kích thích một trong các ngũ quan (nghe, nhìn, sờ, ngửi, nếm) để họ cảm nhận tốt về sản phẩm/dịch vụ mà chúng ta đang bán.

Việc biểu cho khách hàng tiềm năng có thể sẽ giúp gia tăng tỷ lệ chuyển đổi bán hàng lên rất nhiều. Ví dụ, khi bạn đi du lịch ở một địa điểm nào đó, bạn ghé vào một nơi bán đồ ăn đặc sản tại nơi đó, họ sẽ cho bạn dùng thử một ít để cảm nhận hương vị, nếu bạn thích, bạn sẽ mua đúng không?

Tuy nhiên, nếu bạn bán bất động sản thì sao?

Làm sao có thể tách ra một mảnh đất cho họ dùng thử được?

Nếu bạn hiểu về chữ biểu chỉ là cho dùng thử thì vẫn chưa thật sự đúng ý nghĩa mà tôi muốn truyền tải với bạn mà thật sự như tôi đã chia sẻ, ý nghĩa của chữ “biểu” nằm ở việc kích thích một trong những ngũ quan của khách hàng tiềm năng.

Quay trở lại ví dụ là bán bất động sản thì biểu bằng cách nào?

Đó là hãy nói năng làm thế nào, trình bày làm thế nào mà với miếng đất/căn phòng này sẽ mang đến cho họ cảm giác thoải mái, an toàn và rất nhiều cảm giác khác nữa thông qua sự khéo léo mô tả của bạn.

Mục đích cuối cùng là trong tâm trí của khách hàng, họ cảm nhận tốt về sản phẩm bất động sản mà bạn đang muốn bán cho họ. Nếu thiếu bước này, khách hàng sẽ không có nhiều cảm xúc tốt với thứ mà người bán muốn bán, dẫn đến việc người bán sẽ khó chốt được giao dịch. Vậy nên, hãy đào sâu đến chữ “biểu” trong quy trình bán hàng 8B này.

Và hãy nhớ, khách hàng mua hàng bằng cảm xúc và biện minh lý do mua hàng bằng lý trí. Nếu bạn làm tốt bước “biểu” này, bạn sẽ dễ dàng và nhanh chóng thúc đẩy được khách hàng ra được quyết định đồng ý hơn.

Và sẽ như thế nào nếu chúng ta biểu cho một người mà họ không quan tâm đến thứ chúng ta biểu?

Đừng nói đến việc họ sẽ mua sản phẩm/dịch vụ của ta, ngay cả việc dùng thử họ cũng chẳng muốn động đến. Thế cho nên là một người có tư duy về sự hiệu quả, chúng ta đừng làm việc một cách mất thời gian mà kết quả thì chẳng mang tính hiệu quả. Bạn nhớ cho:

Chúng ta chỉ biểu cho những người xứng đáng, những người thỏa tiêu chí phù hợp với sản phẩm/dịch vụ mà chúng ta đã đề ra. Vậy thế nào là phù hợp?

Còn tùy thuộc vào tiêu chí mà bạn đặt ra. Ví dụ, muốn bán được xe hơi cho người muốn sở hữu xe hơi thì họ phải có tiêu chí gì?

Hãy lập ra một số tiêu chí để lọc những người không đủ điều kiện và chỉ nên tập trung vào những người đủ điều kiện. Bạn nghĩ với người không đủ điều kiện và người đủ điều kiện thì ai sẽ mua hàng từ bạn dễ dàng hơn?

Sang ngày mai là đến bước “bán”, tôi sẽ kể cho bạn nghe về hai câu chuyện có liên quan đến chữ “biểu” để bạn thấu được rõ hơn. Cốt lõi của nội dung chia sẻ ngày hôm nay là giúp bạn phân biệt rạch ròi giữa “ban” và “biểu”. Vậy nên, mời bạn làm bài tập ngày hôm nay để hiểu rõ hơn nội dung.

Bài tập 1: Biểu là gì và theo quan điểm cá nhân của bạn thì biểu khác ban chỗ nào?

Bài tập 2: Hãy kể một tình huống mà bạn dùng từ biểu với một ai đó để tặng quà cho họ và hãy kể thêm một tình huống một ai đó biểu cho bạn món quà gì đó.

PHAN THANH DŨNG

Tại sao bạn lại dùng từ “biểu” với họ và tại sao họ lại dùng từ “biểu” với bạn, hãy phân tích ra để hiểu sâu hơn?

Bài tập 3: Bạn nghĩ với người không đủ điều kiện và người đủ điều kiện thì ai sẽ mua hàng từ bạn dễ dàng hơn và tại sao?

Bài tập 4: Nếu có 3 câu hỏi mà bạn muốn đặt ra với từ “biểu” thì câu hỏi đó là gì và hãy tự diễn giải câu trả lời của bạn?

Chúc bạn làm bài tập trong sự vui vẻ!

Gửi lại bài tập tại đây: <https://bit.ly/bh8bbaitap12>

Hoặc quét mã QR để đến nơi gửi bài tập tại đây...



Ngày 13: Bán buôn là câu chuyện của tình thương

Tại sao bán buôn lại là câu chuyện của tình thương?

Bởi trong thương có tình (được lòng) và trong tình có thương. Khi ta thương ai đó, ta sẽ có trách nhiệm muốn nâng đỡ, giúp đỡ người đó thiên về hướng trách nhiệm.

Vậy tại sao bán buôn không phải là câu chuyện của tình yêu mà lại là tình thương?

Bởi vì tình yêu và tình thương là hai điều tưởng như là giống nhau nhưng thực chất lại là câu chuyện khác nhau. Tình yêu thiên về hướng hưởng thụ cá nhân còn tình thương thiên về hướng trách nhiệm muốn nâng đỡ nhiều hơn. Điều này có nghĩa là gì trong việc bán hàng?

PHAN THANH DŨNG

Khi ta bán hàng, ta là một người bán hàng và sẽ như thế nào nếu ta chỉ muốn chăm chăm lợi ích cho riêng mình mà không phải là lợi ích cho người mua hàng?

Lúc đó ta sinh ra việc nói dối và nói quá về tính năng, lợi ích của sản phẩm/dịch vụ hoặc cố ép để khách hàng mua, chúng ta chỉ chăm chăm “cưỡng đoạt” tiền từ túi của người khác là mục đích chính còn việc... họ có ăn được tô cháo hoặc ăn ngon miệng tô cháo ta bán hay không thì ta không quan tâm. Nếu chúng ta bán hàng bằng tình yêu, chúng ta thường rất vị kỷ cho bản thân mình.

Còn với việc bán hàng bằng tình thương thì sao?

Trước khi nói về điều này, ta hãy luận một chút về chữ tình thương để thấu hơn nữa những gì chứa đằng sau chữ tình thương mà tình huống cụ thể là đôi lứa yêu nhau và sau đó kết hôn.

Nếu bạn quan sát và sẽ nhận thấy rằng khi mà một cặp đôi nào đó yêu nhau, lửa tình trong tình yêu sẽ luôn rực cháy và khi kết hôn rồi thì điều gì sẽ xảy ra?

Có rất nhiều đốm lửa bị lụi tàn và kết quả là những cuộc tình dang dở. Tại sao lại dang dở?

Bởi khi đã yêu nhau và quá quen nhau, những cảm xúc bùng cháy về người đối diện sẽ không còn nhiều nữa vì đã quá quen thuộc do kết hôn và chung sống với nhau mỗi ngày, nếu không vì tình thương, trách nhiệm để níu giữ thì điều gì sẽ níu giữ mối quan hệ?

Những cuộc chia ly xảy ra vì ngọn lửa xưa kia rực cháy giờ đây đã nguội lạnh. Nhưng những người có được một cuộc sống hôn nhân hạnh phúc thì họ đã hành xử ra sao?

Họ nhuộm lại ngọn lửa tình của họ ở dạng lửa than cứ âm ỉ cháy, có lúc họ làm cho ngọn lửa đó rực cháy mạnh lên và nhất quyết họ không bao giờ làm cho ngọn lửa than đó tắt, hoặc là cháy âm ỉ hoặc là cháy bùng lên và tình thương được ví như một ngọn lửa than.

Cháy mạnh thì bạo phát bạo tàn (tình yêu) còn cháy âm ỉ như ngọn lửa than khó tắt thì đó chính là tình thương.

Khi ta bán hàng bằng tình thương hay tình yêu thì ta đều phải đạt được chữ tình (được lòng) trước rồi mới nói đến chuyện thương hay yêu. Bởi sẽ thật khó khăn khi trình bày sản phẩm dịch vụ cho một người không thích ta, cơ hội bán hàng gần như bằng 0.

PHAN THANH DŨNG

Và sẽ thật tuyệt vời nếu ta đặt mục đích bán hàng bằng tình thương thay vì tình yêu bởi vì khi ta bán bằng tình thương ta sẽ thấy mình thương nhiều người hơn, tăng lòng trắc ẩn hơn và có trách nhiệm thật sự muốn giúp đỡ nhiều người đến cùng.

Ta sẽ thích bán hàng hơn vì mỗi lần bán được hàng là ta giúp được một người, sau đó ta chung thủy với khách hàng của ta bằng việc chăm sóc khách hàng để thể hiện tình thương chứ không phải bán rồi biến.

Bán hàng là một nghệ thuật phát triển bản thân cực lạ vì bán hàng là giúp đỡ người khác và bản thân ta chỉ phát triển nhanh nhất khi ta giúp đỡ người khác mà thôi.

Nội dung chia sẻ hôm nay thì chỉ có thế nhưng vì chủ đề hôm nay là “bán” cho nên tôi sẽ kể lại một câu chuyện tôi đã bán được doanh thu 78.000.000 VNĐ trong vòng 5 ngày như thế nào.

Tôi bán gì?

Sách giá 370.000 VNĐ và khóa huấn luyện Siêu diễn đạt giá 9.000.000 VNĐ.

Vậy nếu làm một bài toán, trong 5 ngày để mức được 78.000.000 VNĐ thì cần bán bao nhiêu cuốn sách?

SIÊU BÁN HÀNG

Bí mật để trở thành bậc thầy bán hàng trong lĩnh vực của bạn

Lấy $7.800/37 = 210,8$ (cuốn). Lưu ý ở đây là tôi đã rút gọn số 0 để tính cho dễ. Thay vì 370.000 và 78.000.000 thì tôi làm tròn thành 7.800 và 37 (lược đi 4 số 0).

Vậy với 210, 8 thì làm tròn thành 211 cuốn vậy, 5 ngày mà bán được 211 cuốn với giá 370.000 VNĐ thì hơi khó, phương án này để qua một bên và bây giờ tôi cùng bạn làm lại một phép tính khác.

Thay vì bán sách, bây giờ tôi chuyển sang bán khóa học có giá 9.000.000 VNĐ. Vậy cho nên thay vì lấy $7.800/37$ thì tôi lấy $7.800/900 = 8,6666$.

Làm tròn 8,6666 thành 9. Vậy giữa 211 cuốn với giá 370.000 và 9 người học Siêu diễn đạt thì tôi chọn cách nào?

Tôi đã chọn cách thứ hai để đạt mục tiêu doanh thu nhanh hơn. Nhưng cũng phải nói rằng để bán được một khóa học với giá là 9.000.000 VNĐ thì không phải dễ, mà nó phải trải qua từng quá trình trong các bước bán hàng 8B mà tôi đã chia sẻ. Cụ thể tôi làm như thế nào?

Đầu tiên, tôi trả tiền cho quảng cáo Facebook và chia sẻ (ban) một video đầy giá trị để thu hút khách hàng tiềm năng.

Sau đó một ai đó nhấn nút like, hoặc comment hoặc chia sẻ bài viết trong bài viết quảng cáo của tôi, tôi kết bạn (bạn) với họ ở trang Facebook cá nhân.

Hằng ngày ở trang cá nhân, tôi chia sẻ thêm nhiều thứ hay ở status hoặc nhắn tin riêng cho họ và trò chuyện để bàn luận (bàn) nhằm tìm ra vấn đề của họ.

Tiếp đến, khi biết họ gặp nhiều khó khăn, trở ngại trong việc đọc sách, nên tôi gợi ý họ đọc thử (biểu) bản điện tử cuốn sách *Giao tiếp tốt* mà chính tôi cũng là tác giả.

Khi họ đọc thấy hay, tôi đề nghị họ mua sách giấy (bán) để dễ tra cứu và tư duy tốt hơn. Họ đồng ý và tôi bán được một cuốn sách thành công.

Rồi sách được chuyển đến nhà họ, họ nhận sách và bắt đầu đọc sách. Ở bước này tôi sẽ hỏi thăm họ đọc sách (bám) và cảm nhận thế nào?

Thường thì họ sẽ khen đáo để cuốn sách mà tôi là tác giả và khi họ đọc sách mà tôi viết, họ đã định vị tôi là chuyên gia trong mắt họ.

Tiếp đến, tôi hướng họ đến việc để đọc sách hiệu quả thì cách tốt nhất và hiệu quả nhất là phát triển khả năng diễn đạt vì cách hiểu sâu và nhớ lâu nhất là diễn giải, chia sẻ, dạy lại cho người khác. Đồng thời

khi phát triển được khả năng diễn đạt thì kỹ năng giao tiếp cũng được tăng lên.

Khi họ hiểu phải tăng khả năng diễn đạt để giao tiếp tốt hơn, tôi nói với họ rằng tôi có 4 bí mật có thể giúp họ giao tiếp tốt và đề nghị họ gặp tôi khoảng 1,5 tiếng qua video call của Facebook hoặc Zoom để tôi chia sẻ cho họ 4 bí mật giao tiếp tốt.

Cuộc hẹn được thiết lập, tôi bắt đầu trò chuyện với họ để cho họ biết 4 bí mật giao tiếp tốt là gì. Khi họ đã thấu hiểu được 4 bí mật giao tiếp tốt là gì, tôi đề nghị họ tham gia khóa huấn luyện Siêu diễn đạt để kích hoạt 4 bí mật mà tôi chia sẻ. Đồng thời ở đây tôi cũng khéo léo xử lý trước từ chối từ trong tiềm thức của họ mà chính họ cũng không biết.

Và quy trình như thế lặp lại, họ thì sướng vì sắp được cải thiện khả năng diễn đạt, tôi cũng sướng vì sắp có được nhiều học viên xuất sắc và tiền thì ngày càng đầy túi.

Sau khi họ học xong, tôi tạo ra một chính sách tốt cho họ giới thiệu bạn bè để học (bè).

Và cứ thế, công việc kinh doanh của tôi vô cùng tiến triển tốt với quy trình và chiến lược bán hàng 8B.

PHAN THANH DŨNG

Bạn đã hiểu tôi mức tiền bằng cách nào chưa?

Sẽ như thế nào nếu tôi nỗ lực mỗi ngày chỉ cần chốt được một học viên tham gia Siêu diễn đạt với giá 9.000.000 VNĐ?

Một tháng tôi sẽ kiếm được bao nhiêu tiền và một năm tôi sẽ kiếm được bao nhiêu tiền?

Và đó là tất cả những gì tôi chia sẻ cho bạn ở ngày hôm nay với sự chân thật và trải nghiệm thật.

Dĩ nhiên ở bước bán này, chúng ta cần làm nhiều hơn như thế mà cụ thể là phải có kịch bản bán hàng chuyển đổi cao thì tỷ lệ bán hàng thành công sẽ tăng lên được rất nhiều.

Đây là chủ đề lớn và sâu rộng, để nói về kịch bản bán hàng chuyển đổi cao và vì bạn là một độc giả của tôi, tôi sẽ tặng bạn chương trình ấy hoàn toàn miễn phí và học xuyên suốt một ngày từ sáng tới tối trực tiếp với chúng tôi thông qua Zoom hoặc trực tiếp tại hội trường.

Bạn có thể đăng ký 1 vé miễn phí tại đây:

www.banduochang. Còn bây giờ, mời bạn làm bài tập ngày hôm nay.

SIÊU BÁN HÀNG

Bí mật để trở thành bậc thầy bán hàng trong lĩnh vực của bạn

Bài tập 1: Thế nào là bán hàng bằng tình yêu và thế nào là bán hàng bằng tình thương?

Bài tập 2: Bạn chọn cách bán hàng bằng tình thương hay bán hàng bằng tình yêu và tại sao?

Bài tập 3: Nếu có 3 câu hỏi để tự hỏi mình về chữ “bán” thì bạn sẽ tự hỏi mình điều gì và trả lời những câu hỏi đó như thế nào???

Sau khi hoàn thành 3 bài tập ở trên, bạn hãy gửi lại bài tập tại: <https://bit.ly/bh8bbaitap13>

Hoặc qu



Chúc bạn làm bài trong sự hoan hỷ!

Ngày 14: Anh bán cá viên chiên ở ngã ba đèn xanh đèn đỏ và chữ “bám”

Tôi là đứa hay nghĩ về Vũ Trụ và đặc biệt là Đấng Sáng Tạo.

Tôi tin rằng một Đấng Sáng Tạo nào đó đã tạo nên Vũ Trụ này với một trật tự vô cùng logic và hoàn hảo đến từng mirco-mét và tôi cũng tin rằng mọi thứ sinh ra trên đời này đều có ý nghĩa, không có gì là thừa thãi hay vô ích cả.

Từ niềm tin này dẫn đến việc tôi xem mình là một thực thể vô cùng ý nghĩa với cuộc đời, tôi tin rằng đời tôi được tạo nên bởi Đấng Sáng Tạo và tôi sinh ra là để làm một việc ý nghĩa nào đó và ai sinh ra trên đời này cho dù nằm ở bất kỳ hoàn cảnh nào thì cũng nhằm

phụ trợ cho một mục đích hoàn hảo mà Đấng Sáng Tạo đã tạo ra. Tôi tin bạn cũng thế!

Bạn được sinh ra với một ý nghĩa gì đó nhằm mục đích cho một điều gì đó hoàn hảo hơn... Đấng Sáng Tạo là một nhà khoa học vĩ đại tạo ra những phương trình nhân quả mà bạn chính là người làm cho phương trình nhân quả ấy cân bằng.

Bạn sinh ra để phụ trợ cho người khác, bạn là một mảnh ghép của một ai đó đang cần bạn tại một thời điểm hoàn hảo nào đó. Bạn được sinh ra để giúp đỡ người khác làm nên ý nghĩa cuộc đời của họ từ đó làm nổi bật lên ý nghĩa cuộc đời của bạn, bạn không được sinh ra để phục vụ cho chính bản thân mình.

Sẽ như thế nào nếu một cây bút được sinh ra để phục vụ cho chính nó?

Nếu nó được sinh ra để phục vụ cho chính nó thì tốt nhất nó đừng nên được sinh ra vì đâu có ai cần nó?

Tất cả những thứ thừa thãi trong cuộc sống này đích đến thường là thùng rác. Cây bút cũng thế...

Cây bút được sinh ra là để phục vụ cho một em bé thích vẽ nguệch ngoạc, cây bút được sinh ra là để phục vụ cho một ai đó viết nên một điều gì đó và nếu cây bút nhận

ra rằng nó có ý nghĩa to lớn như thế nào cho nhân loại thì cho dù người nào đó viết cạn mực của nó và rồi vứt vào sọt rác thì nó vẫn sẽ cực kỳ hạnh phúc bởi ý nghĩa mà nó được Đấng Sáng Tạo giao cho. Cố gắng hết mình cho xã hội phát triển rồi mất đi hoặc bị loại bỏ thì có gì là buồn?

Quay trở lại câu chuyện là bạn, sẽ như thế nào nếu bạn sinh ra chỉ để phục vụ cho chính bạn?

Nếu bạn sinh ra chỉ để phục vụ cho chính bạn thì tốt nhất bạn cũng không cần được sinh ra để làm gì vì có ai cần bạn đâu?

Một lần nữa nhấn mạnh là bạn được sinh ra để giúp đỡ, hỗ trợ, chăm sóc, phục vụ những người khác. Khi bạn mỗi một vì suốt ngày phải lao động cực nhọc để phục vụ cho người khác thì bạn hãy nên mừng đi vì bạn vẫn còn được lao động, được cống hiến, được viết đến hết mực để thấy được rằng cuộc sống của mình có ý nghĩa. Vậy những điều mà tôi viết ra có liên quan gì đến bài học bán hàng ngày hôm nay?

Ngày hôm nay bạn được học một chữ cực kỳ quan trọng trong việc bán hàng, đó là chữ “bám”, bám ở đây là bám rễ, bám lấy khách hàng để chăm sóc cho họ, bán thêm cho họ rồi lại chăm sóc họ. Bán rồi bám, rồi chăm sóc chứ không phải bán rồi biến hay bán rồi buông.

Chữ “bám” nếu bạn quan sát kỹ thì thật ra nó đã tồn tại từ khi bạn bắt đầu “ban” một điều gì đó cho một mối quan hệ tiềm năng mà bạn nghĩ là khách hàng. Nếu xem việc “bán” được hàng là việc chinh phục đỉnh núi thì bạn phải “bám” được từng viên đá hoặc từng tấc đất để tiến tới đỉnh núi đó. Nếu không bám được thì làm sao mà leo?

Bất cứ giai đoạn nào trong chiến lược 8B này bạn đều phải bám được khách hàng tiềm năng của mình, bám ít hay bám nhiều khoan hãy bàn đến nhưng nhất định phải bám được bởi vì không bám được khách hàng thì sẽ bị bỏ lại phía sau và chúng ta lại hát câu ca “người lạ ơi...”.

Để chứng minh sức mạnh của chữ “bám”, tôi kể lại một câu chuyện có thật mà tôi là người chứng kiến, câu chuyện này có tên ***Anh bán cá viên chiên ở ngã ba chợ Hóc Môn & chữ “Bám”***.

Chuyện diễn ra vào một đêm trời se se lạnh của Sài Gòn những ngày mưa, tôi và vợ tôi đèo nhau trên con xe máy di chuyển từ Sài Gòn về Củ Chi. Để về được Củ Chi, tôi và bạn ấy phải di chuyển qua một cái trạm dừng đèn xanh, đèn đỏ ở gần Chợ Hóc Môn.

Đêm tối se se lạnh, khi gần dừng lại chờ đèn đỏ thì nhìn bên phải của tôi là 4 chiếc xe bán cá viên chiên trông rất hấp dẫn xếp hàng dài nhau, mỗi xe cách nhau tầm 15m.

Kế bên chỗ tôi dừng xe là một anh bán cá viên chiên đang đứng cầm cái đũa dài đảo qua đảo lại để chiên cá viên, bò viên, tôm viên...

Thấy thơm thơm, ngon ngon nên vợ tôi muốn mua vài viên bỏ vào hộp và mang về. Vì anh bán cá viên chiên chọn được một chỗ đắc địa là ngay đèn xanh đèn đỏ nên anh ấy bán “đắt hàng như tôm tươi” đến nỗi tôi và vợ tôi phải chờ những 20 phút, còn những chỗ khác thì ế thấy tội.

Và 20 phút ấy không hề lãng phí cho bài học mà tôi kể lại cho bạn nghe trong ngày hôm nay. Bạn biết gì không?

Trong lúc chờ đợi, anh ấy chủ động là người cười và bắt chuyện trước, anh ấy cực kỳ niềm nở với tôi và bạn kia. Không đợi bọn tôi hỏi, anh ấy tự khoe:

Cá viên, bò viên, chả chiên ở đây đều là đồ mà anh ở nhà tự làm hết. Trước kia anh là đầu bếp mà, nè nhìn nè cà bắp với dưa leo ngon chưa?

Vừa nói anh vừa lấy cái đĩa dài tiếp tục đảo qua đảo lại rồi sau đó buông đĩa và cầm dao để gọt cà bắp và thái dưa leo, tay anh nhanh thoăn thoắt vô cùng chuyên nghiệp. Chợt anh lại nói tiếp:

Anh bán ở đây có tiếng luôn, người ta đến đây tìm mua xe của anh chứ mấy xe kia người ta không thèm vì nhìn hơi bẩn bẩn. Anh nói thiệt là anh bán cá viên chiên chứ anh có tâm, khách họ thấy sạch sẽ thì họ mới mua.

Phụ họa anh, tôi chêm vào: Ừm anh, mình bán mà mình thấy người ta ăn trong sự sạch sẽ thì mình ngủ mới ngon đúng không anh, cầm tiền người ta mà làm người ta sướng mình ngủ mới ngon.

Anh ừm và tiếp tục nói: Anh có bán trước cổng trường học nữa, học sinh mua ăn đông lắm vì anh làm sạch sẽ. Nhà trường đợ trước cầm mấy xe bán cá viên chiên như tụi anh, chỗ anh bán có ba xe bị đuổi đi hết có mỗi anh là được đứng bán vì mình bán sạch, bán cho con nít ăn mà không sạch sẽ khác nào đầu độc tụi nhỏ, làm vậy thất đức lắm.

Vừa nói vừa chép miệng, anh kể tiếp: Hồi đó anh làm đầu bếp ra mà, anh mở nhà hàng nữa nhưng do tốn nhiều chi phí quá nên anh dẹp tiệm và đi bán cá viên chiên luôn.

PHAN THANH DŨNG

Nói tới đây, tôi cũng cười và đồng cảm với câu chuyện khởi nghiệp của anh, thấy anh là người dễ mến dễ gần nên từ là người quan sát chứ không có ý định mua ăn, tôi kêu thêm mấy xiên que nữa để ủng hộ sắn chữa cơn đói ở bụng.

Anh nói tiếp: Anh bán ở nhiều nơi lắm, sáng anh bán ở trường học, tối anh bán ở đây, khuya anh bán ở gần mấy quán karaoke cho khách...

Anh cung cấp hết lịch trình của anh và kể liền thoảng như trút hết nỗi lòng của nghề, khoảng 5 phút sau anh đã chiêm xong, anh hỏi: Hai đứa ăn tương gì?

Tôi trả lời là tương đỏ lẫn tương đen.

Lúc này đây anh nói thêm: Nè nhìn nè, anh bán cho khách là tương Chinsu đang hoàng chứ không phải tương kg đâu, tương kg ăn thấy ghê. Thà là mình ít lời một chút nhưng bán hàng chất lượng.

Nghe câu này tôi khoái lắm và bắt đầu góp ý với anh là anh nên để cái bảng hiệu nhỏ tên anh gắn liền với chiếc xe như Tuấn Cá Viên Chiên chẳng hạn. Anh chỉ lên đầu anh cái nón màu đen nhìn rất phong trần và nói:

Nè, nhìn nè. Đó, nhìn cái nón là biết anh!

Tôi cười và ngơ ngàng về việc anh xây dựng thương hiệu cá nhân một cách rất thú vị. Khoảng 1 phút sau thì anh chiên xong, anh vớt từng cái que xiên bỏ vào trong một cái hộp kín màu trắng to và rất lịch sự, nói thật là tôi cảm thấy được sự chu đáo từ anh và khi tôi chào anh ra về, anh không quên nói một câu là có đi đâu ngang đây thì nhớ ghé ủng hộ anh.

Chuyện dừng ở đây nhưng qua câu chuyện này thật sự bạn thấy điều gì?

Bán cá viên chiên cũng cần phải có chiến lược về địa điểm kinh doanh.

Bán cá viên chiên cũng cần phải có tư duy về sản phẩm chất lượng.

Bán cá viên chiên cũng cần phải niềm nở, giao tiếp tốt với khách hàng.

Bán cá viên chiên cũng cần phải biết PR bản thân để nói về sản phẩm của mình một cách khéo léo.

Bán cá viên chiên cũng cần phải biết gây ấn tượng để khách hàng nhớ đến mà quay lại.

Bán cá viên chiên cũng cần phải làm cho khách hàng mua xong rồi còn kể lại cho người khác.

Sẽ như thế nào nếu bạn nghe được câu chuyện này và có dịp đi qua ngã ba đèn xanh đèn đỏ tại Chợ Hóc Môn?

Bạn có ghé qua để trải nghiệm điều tôi nói không?

Bạn thấy không, bài học bán hàng thật sự rất dễ nếu bạn biết quan sát cuộc sống và rút ra những nguyên tắc cốt lõi. Khi bạn biết cách bám để bán và bán xong rồi lại bám rồi lại bán tiếp những sản phẩm dịch vụ chất lượng thì điều gì sẽ xảy ra?

Bạn sẽ giàu không lối thoát nếu có thêm những sản phẩm phía sau đủ nhiều để đáp ứng được nhu cầu của một người (một người có rất nhiều nhu cầu).

Bạn đâu chỉ có nhu cầu đọc sách? Bạn có nhu cầu ăn sang, mặc đẹp, ngủ ngon... cơ mà? Mỗi nhu cầu tương ứng với một hoặc nhiều loại sản phẩm khác nhau.

Sẽ như thế nào nếu bạn là một kho đại tạp hóa và bán cho những người mà bạn chăm sóc tốt?

Tất cả lợi nhuận phía sau sẽ không còn chi phí marketing nữa mà tất cả là lợi nhuận, bạn chỉ tốn chi phí marketing một lần và những lần sau sẽ không tốn thêm một đồng nào nữa với việc bán thêm một khách hàng cũ. Nhiều nhà bán hàng đã đúc rút kinh nghiệm thế này...

Chi phí cho một khách hàng mới mua hàng đắt gấp 7 lần việc chăm sóc một khách hàng cũ. Vậy bạn thích đi tìm khách mới để tăng gấp 7 lần chi phí hay bám để bán được thêm cho khách cũ?

SIÊU BÁN HÀNG

Bí mật để trở thành bậc thầy bán hàng trong lĩnh vực của bạn

Câu trả lời là ở nơi bạn. Còn bây giờ, câu hỏi đặt ra cho bài tập ngày hôm nay là?

Bài tập 1: Bạn chọn tìm khách hàng mới hay chăm sóc khách hàng cũ để bán thêm và tại sao?

Bài tập 2: Hãy kể một trải nghiệm mà bạn wow lên sung sướng vì được chăm sóc kỹ sau khi mua hàng, họ đã làm gì mà khiến bạn phải sung sướng muốn kể về họ?

Bài tập 3: Nếu có 3 câu hỏi để tự hỏi mình về chữ “bám” thì bạn sẽ tự hỏi mình điều gì và trả lời những câu hỏi đó như thế nào???

Sau khi hoàn thành 3 bài tập ở trên, bạn hãy gửi lại bài tập tại: <https://bit.ly/bh8bbaitap14>

Hoặc quét mã QR để nộp bài tại đây...



Ngày 15: Làm gì để có thể giúp được 100.000 người trong bất cứ lĩnh vực nào ta theo đuổi?

Nếu bạn đã từng xem phim bộ Hồng Kông thì sẽ biết đến một từ khóa “**bè phái**”. Hoặc nếu từ nhỏ lớn lên, không ít lần bạn sẽ nghe được phụ huynh mình nói rằng đừng có ra ngoài kết bè kết phái, đàn đúm với nhau làm những chuyện xằng bậy.

Vậy chữ bè là gì và nó có xằng bậy giống như cách mà người ta đang nghĩ về nó hay không?

Có nhiều thứ để nói về chữ “bè” nhưng tựu trung lại theo nghĩa dễ hiểu nhất thì “bè” là một nhóm người cùng nhau làm một điều gì đó hoặc cùng nhau hướng về một điều gì đó. Bản chất của “bè” không xấu cũng

không tốt chỉ là người ta kết “bè” để làm gì mới quan trọng mà thôi.

Ví dụ, nếu kết bè kết phái để trộm cắp, hút chích, đua xe, đánh nhau thì những việc này chẳng tốt lành gì.

Nhưng nếu kết bè kết phái để học tập lẫn nhau những điều tốt, cùng nhau đi làm từ thiện, cùng nhau rèn luyện thói quen dậy sớm, thói quen chạy bộ, thói quen đọc sách, thói quen giao tiếp tốt thì bè còn xấu hay không?

Vậy đó!

Tốt hay xấu là do cách mà ta sử dụng mà thôi. Vậy còn bè trong bán hàng thì sao?

Đó là việc ta chuyển biến khách hàng của mình thành đối tác của mình cùng nhau kinh doanh để giúp đỡ người khác và gia tăng lợi nhuận.

Trong hành trình trải nghiệm của khách hàng, bè là bước cuối cùng “biến người marketing cho mình thành người bán hàng cho mình”. Điều này thể hiện được tư duy cùng thắng, bạn biết tại sao không?

Hãy tưởng tượng bạn là người thích ăn phở vì gần

nhà bạn có chú bán phở rất ngon, rất chất lượng. Bạn ăn ngon nên bạn về nhà và giới thiệu cho anh em của mình đến ăn. Tính bạn nhiệt tình, bạn không chỉ giới thiệu cho anh em của mình mà còn giới thiệu cho bạn bè của mình đến quán phở đó!

Doanh thu của quán phở tăng nhanh cực kỳ, chú bán phở tìm hiểu lý do cận kề tại sao thì phát hiện ra là do bạn nhiệt tình đi giới thiệu.

Một điều thú vị là chú bán phở sống biết trước biết sau nên chú đến và nói với bạn:

Cảm ơn bạn đã giới thiệu khách đến cho tôi, thật sự tôi không ngờ bạn lại nhiệt tình giới thiệu khách đến như thế, doanh thu của tôi đã tăng lên rất nhiều.

Bạn đáp: Có gì đâu chú, chú nấu phở ngon và chất lượng nên tôi cũng muốn giới thiệu cho bạn bè được trải nghiệm tô phở ngon.

Lúc này đây chú bán phở nói tiếp: Sau này, cứ hễ mỗi lần bạn bè của bạn đến ăn phở do bạn giới thiệu, bạn sẽ được giảm giá 10% cho một tô phở để đáp lại công sức của bạn đã nhiệt tình.

Bạn cười và nói: Có gì đâu chú, việc phải làm mà,

SIÊU BÁN HÀNG

Bí mật để trở thành bậc thầy bán hàng trong lĩnh vực của bạn

không giảm giá cũng không sao phở chú ngon nên tôi ủng hộ.

Chú bán phở trả lời: Có sao chứ bạn, bạn giúp tôi có được nhiều tiền hơn thì tôi cũng muốn đáp lại cái ơn ấy, bạn nhận cho tôi vui nhé!

Câu chuyện kết thúc ở đây, bạn có thấy mình trong đó và bạn có nhận thấy điều gì không?

Con người ta có xu hướng thích giới thiệu những gì thơm ngon, thú vị, chất lượng đến những người thân yêu bên cạnh mình một cách rất nhiệt tình dù cho họ có được quyền lợi hay không, họ vẫn tự nguyện giới thiệu miễn là nó thơm ngon, thú vị và chất lượng.

Vậy nên khi bán hàng phải chú trọng vào sản phẩm và dịch vụ chất lượng!

Và bài học quan trọng hơn cả trong câu chuyện trên chính là việc người chủ quán phở này trích ra 10% hoa hồng khi bạn giới thiệu cho bạn bè của bạn. Về bản chất đây, là một mô hình gia tăng lợi nhuận cực kỳ ý nghĩa bởi:

PHAN THANH DŨNG

Ông chủ quán phở nhận được nhiều tiền hơn vì bán được nhiều tô phở thơm ngon hơn (win – 1)

Người giới thiệu được thỏa mãn cảm giác giới thiệu quán ăn ngon và được giảm giá 10% khi ăn (win – 2)

Người được giới thiệu được đến một quán phở ngon để thưởng thức (win – 3)

Một cách làm mà cả 3 cùng thắng, mà suy ra không phải cả 3 cùng thắng đâu mà còn nhiều hơn nữa vì khi nhiều tô phở được bán ra thì những người cung cấp vật liệu nấu phở cho ông chủ quán phở cũng được hưởng lợi. Và từ đó vòng lặp win – win – win – win liên tục chạy. Trong kinh doanh, đây được gọi là “Affiliate – tiếp thị liên kết”.

Và đây là cách tạo “bè” cực kỳ khủng khiếp để bạn thực hiện được mục tiêu giúp đỡ 100.000 người trong bất cứ lĩnh vực nào mà bạn theo đuổi. Lấy ví dụ, tôi có mục tiêu là giúp đỡ được 100.000 người giỏi hơn về kỹ năng diễn đạt bằng việc mời họ tham gia vào khóa huấn luyện Siêu diễn đạt.

100.000 người không phải là con số nhỏ nếu tôi tự mình thực hiện nhưng sẽ như thế nào nếu tôi tìm được 1.000 người và mỗi người họ giới thiệu đến 100 người?

SIÊU BÁN HÀNG

Bí mật để trở thành bậc thầy bán hàng trong lĩnh vực của bạn

$1.000 \times 100 = 100.000$ (người)

Ô!

Đơn giản hơn rồi, vậy bây giờ có phải tôi chỉ đi giải 2 vé đó là:

Vé thứ nhất, làm sao để tìm được 1.000 người tham gia khóa huấn luyện Siêu diễn đạt?

Vé thứ hai, làm sao để 1.000 người ấy mỗi người giới thiệu được 100 bạn bè tham gia khóa huấn luyện Siêu diễn đạt?

Làm sao đây?

Cá nhân tôi tin rằng để một người nào đó hành động một việc gì đó thì họ phải có động lực, động lực bao gồm hai thứ, đó là động lực vật chất và động lực tinh thần.

Động lực vật chất là dạng động lực khi hành động ta nhận lại được như tiền tài, của cải...

Còn động lực tinh thần là dạng động lực khi hành động ta nhận lại được sự biết ơn, sự ngưỡng mộ hoặc ta thấy bản thân mình có ích cho một ai đó...

Và những người mà ta muốn họ thành “bè” của ta cũng không thoát khỏi được hai điều trên: động lực

vật chất và động lực tinh thần. Trong câu chuyện chú bán phở cũng thế thôi, ta đi giới thiệu cho chú vì ta muốn sướng về tinh thần và ta sẽ càng có động lực hơn khi ta luôn được giảm giá đặc biệt khi ăn.

Tôi tin rằng để kết “bè” và cùng nhau thực hiện điều gì đó, mình phải cho họ thấy được lợi ích của việc mà mình muốn họ giúp đỡ hoặc làm cùng và tôi luôn ý thức được rằng phải làm cho họ được 3 điều khi họ kết “bè” cùng mình...

Thứ nhất: Phải làm cho cái bụng họ no

Họ đến với mình, mình phải có trách nhiệm hỗ trợ họ để họ có thêm thu nhập trang trải cuộc sống, từ đó làm cho mức sống cá nhân của họ được nâng lên.

Thứ hai: Phải làm cho trái tim họ ấm

Họ đến với mình, mình phải có trách nhiệm hỗ trợ, thúc đẩy họ để tình yêu thương của họ với những người xung quanh càng lúc càng lớn, hướng họ để họ tìm ra sứ mệnh của cuộc đời họ. Chỉ khi họ yêu thương những người xung quanh đủ nhiều thì họ mới chịu giúp đỡ những người xung quanh một cách nhiệt tình, tự nguyện.

Thứ ba: Phải làm cho cái đầu họ phát triển

Khai sáng con người tầm tối trong họ càng nhiều càng tốt để bản lĩnh của họ ngày càng lớn hơn, đầu óc họ ngày càng nhạy bén, thông minh, trí tuệ hơn. Tóm lại, muốn kết được bè thì những người mà bạn chiêu mộ, tuyển dụng phải có lợi ích. Sẽ thật tốt nếu thỏa mãn được cả 3 điều trên: bụng no, tim ấm, đầu phát triển. Và đó là những gì mà tôi chia sẻ cho bạn ngày hôm nay, còn bây giờ mời bạn tiếp tục làm bài tập nhé!

Bài tập 1: Theo bạn thì trong kinh doanh, bè giúp được gì và tại sao “bè” lại quan trọng?

Bài tập 2: Để xây được “bè” trong kinh doanh, bán hàng thì bạn phải cho họ được điều gì?

Bài tập 3: Hãy kể lại một câu chuyện mà ai đó đã cố gắng thuyết phục bạn trở thành “bè” của họ. Họ đã bắt đầu câu chuyện như thế nào, đưa ra lợi ích gì để thuyết phục bạn trở thành “bè” họ?

Bài tập 4: Nếu có 3 câu hỏi về chữ “bè” thì bạn sẽ tự hỏi gì và bạn sẽ trả lời với 3 câu hỏi mà bạn tự hỏi là gì?

PHAN THANH DŨNG

Sau khi làm bài xong, bạn gửi lại tại đây:

<https://bit.ly/bh8bbaitap15>

Hoặc bạn cũng có thể quét mã QR để nộp bài tại đây...



Lời kết



Bạn thân mến!

Khi đọc tới đây cũng có nghĩa là cùng nhau chúng ta đã đi được một hành trình dài trong việc chuyển hóa bản thân mình trong lĩnh vực bán hàng.

Tôi tin rằng nếu bạn thật sự nghiêm túc, bạn cũng đã thấu hiểu rất rõ quy trình 8B vào trong công việc bán hàng của bạn. Bằng tất cả tấm lòng, chúc cho bạn thành công trong hành trình trở thành một người Siêu bán hàng.

Cuốn sách nhỏ này khép lại nhưng không có nghĩa là mọi thứ kết thúc. Sự thật mọi thứ chỉ mới bắt đầu, nếu bạn muốn được học nhiều hơn nữa từ tôi.

PHAN THANH DŨNG

Hãy sử dụng quyền lợi mà tôi dành riêng cho độc giả thân yêu của mình, đó là một chương trình đào tạo bán hàng chuyên sâu trực tiếp từ tôi.

Đăng ký ghi danh tại: www.banduchoang.com

Hoặc quét mã QR đăng ký khóa học tại đây...



Xin chào và hẹn gặp lại.

Đừng quên, nếu bạn thấy cuốn sách này hay và ý nghĩa như được ăn một tô phở ngon, hãy giới thiệu đến cho bạn bè của bạn.

Biết ơn bạn đã làm cho cuộc sống này đẹp hơn!!!

Cảm ơn, cảm ơn, cảm ơn!!!

NHÀ XUẤT BẢN DÂN TRÍ

Số 9 - Ngõ 26 - Phố Hoàng Cầu - Q. Đống Đa - TP. Hà Nội

VPGD: Số 347 Đội Cấn - Quận Ba Đình - TP. Hà Nội

ĐT: (024).66860751 - (024).66860752

Email: nxbdantri@gmail.com

Website: nxbdantri.com.vn

SIÊU BÁN HÀNG (Click To Buy)

Bí mật để trở thành bậc thầy bán hàng trong lĩnh vực của bạn

Tác giả: PHAN THANH DŨNG

Chịu trách nhiệm xuất bản
GIÁM ĐỐC – TỔNG BIÊN TẬP
PHẠM TRẦN LONG

Biên tập: Nguyễn Trung Dũng
Bìa: Xuân Nhi
Trình bày: Xuân Nhi
Sửa bản in: Hà Thy Linh

Liên kết xuất bản:

CÔNG TY TNHH SBOOKS

Sbooks trân trọng cảm ơn mọi ý kiến đóng góp của độc giả.

Mọi thông tin phản hồi vui lòng liên hệ:

Facebook: www.facebook.com/Sbooks.vn

Hotline: 0901360088 - Website: www.sbooks.vn

In 5.000 bản, khổ 13 x 20 cm tại Xí nghiệp In Fahasa

Địa chỉ: 774 Trường Chinh, phường 15, quận Tân Bình, thành phố Hồ Chí Minh

Số xác nhận ĐKXB: 61-2024/CXBIPH/41-02/ThG

Quyết định XB số: 17/QĐ-ThG cấp ngày 11 tháng 01 năm 2024

In xong và nộp lưu chiểu năm 2024. Mã ISBN: 978-604-77-6853-0