

LÍ KIẾN LÂM

Hà Giang (dịch)

CON ĐƯỜNG
TRỞ THÀNH
VUA BÁN HÀNG

Ai hiểu Khách hàng NGƯỜI ẤY

bán được hàng



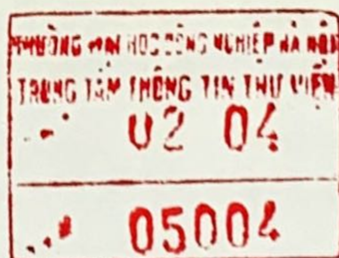
NHÀ XUẤT BẢN THANH NIÊN

LÍ KIỆN LÂM
HÀ GIANG (dịch)

Aí

hiếu² khách hàng
người ấy
bán được hàng

(In lần 4)



NHÀ XUẤT BẢN THANH NIÊN

LỜI NÓI ĐẦU

Thực tế đã chứng minh hơn 90% tỉ phú thế giới tham gia hoạt động kinh doanh, điển hình nhất là Bill Gates – người 12 năm liên tiếp kể từ năm 1995 đến năm 2007 đứng đầu trong danh sách “Những người giàu nhất thế giới” do tạp chí Fortune bình chọn. Hiển nhiên, kinh doanh là sự nghiệp vĩ đại tạo ra giá trị và thành công của con người. Tuy nhiên, bán hàng lại là một công việc vô cùng vất vả, vừa mệt mỏi vừa khó khăn, hơn nữa còn có thể bị phá sản bất cứ lúc nào.

Có rất nhiều nguyên nhân khiến cho việc bán hàng thất bại, trong đó nguyên nhân quan trọng nhất là người bán hàng không hiểu khách hàng. Hiểu khách hàng, bạn mới biết được chính xác nhu cầu mua, hiểu được cách mua và tâm lí mua hàng của họ, từ đó mới giành được thắng lợi.

Bán hàng là một môn nghệ thuật giao tiếp với nhiều người, trong đó con người là yếu tố quan trọng. Bởi vậy, chỉ khi hiểu được khách hàng, nhân viên bán hàng mới có được phương pháp hiệu quả để kích lệ khách mua hàng.

Là nhân viên bán hàng, bạn phải hiểu ai là khách hàng thực sự, từ đó tìm được đúng người và làm được đúng việc.

Chỉ khi hiểu rõ quá trình mua hàng của khách, bạn mới từng bước bán hàng thuận lợi và kí kết được hợp đồng.

Chỉ khi quan tâm đến khách hàng, bạn mới giành được thành công trong từng việc nhỏ và được khách hàng yêu mến.

Chỉ khi hiểu được nhu cầu thực sự của khách hàng, bạn mới đánh giá được khả năng mua hàng của họ, từ đó đưa ra quyết định đúng đắn.

Chỉ khi hiểu được biểu cảm trên khuôn mặt và ngôn ngữ cơ thể của khách hàng, bạn mới hóa giải được “mặt mã” nội tâm của khách hàng, từ đó bán hàng thành công.

Chỉ khi hiểu được tín hiệu giao dịch của khách hàng, bạn mới phá vỡ được “thành lũy” tâm lý của khách hàng, từ đó bán được hàng.

Đương nhiên, người bán hàng cần đầu tư toàn bộ công sức, tâm huyết để tìm hiểu khách hàng, không được lãng phí thời gian, cần nghiên cứu động cơ mua hàng, quá trình mua hàng, tâm lý mua hàng, cách thức mua hàng của khách hàng..., như vậy sẽ có hiệu quả hơn so với việc nói suông và lấy lòng khách hàng.

Cuốn sách *Ai hiểu khách hàng, người ấy bán được hàng* được chia thành 10 chương, trình bày chi tiết quá trình mua hàng của khách hàng thực sự, khách hàng tiềm năng, những chi tiết nhỏ mà khách hàng quan tâm, những ngôn ngữ cử chỉ của khách hàng, tâm lý mua hàng của khách hàng, tín hiệu muốn giao dịch của khách hàng... Các ví dụ thực tế trong quá trình bán hàng thể hiện qua hình thức trình bày: Ví dụ sinh động → lý luận đơn giản → kỹ năng thực tế có thể giúp nhân viên bán hàng hiểu rõ tâm lý khách hàng, có được kỹ năng giao dịch, từ đó đáp ứng được nhu cầu của khách hàng và nâng cao thành tích tiêu thụ sản phẩm.

Điều đáng chú ý là cuốn sách không chỉ là sách kinh doanh thông thường, cũng không phải là tài liệu bán hàng khó hiểu mà là một cuốn sách trình bày kinh nghiệm bán hàng thực tế, giúp nhân viên bán hàng hiểu rõ khách hàng, có thể “đọc được, học được và vận dụng hiệu quả”. Nếu bạn học được kỹ năng bán hàng và bản lĩnh giao tiếp được đề cập trong cuốn sách này, chúng tôi tin rằng chỉ trong một thời gian ngắn, bạn sẽ có thể nâng cao thành tích bán hàng, cho dù là bán sản phẩm hay tìm đối tác liên kết thì bạn cũng đều có thể thành công.

MỤC LỤC

CHƯƠNG 1

CHI TIẾT QUYẾT ĐỊNH THÀNH BẠI: TRONG THỜI GIAN NGẮN HIỂU ĐƯỢC KHÁCH HÀNG

- ✓ Khách hàng ở ngay bên cạnh bạn: Trong vô số người xung quanh, tìm ra người bạn cần / 9
- ✓ Tìm ra người có quyền quyết định qua những chi tiết / 13
- ✓ Từ ánh mắt, nhận ra người thực sự muốn mua hàng / 16
- ✓ Chú ý đến cách bắt tay của khách hàng / 20
- ✓ Khi nói chuyện, khách hàng cúi người về phía trước là có thành ý mua hàng / 25
- ✓ Động tác tay “tiếp cận gần hơn” chứng tỏ khách hàng muốn tìm hiểu kĩ hơn về sản phẩm / 28

CHƯƠNG 2

TỪ KHÁCH HÀNG TIỀM NĂNG ĐẾN KHÁCH HÀNG THỰC SỰ: GIẢI MÃ QUÁ TRÌNH MUA HÀNG, TỪNG BƯỚC TIẾN TỚI GIAO DỊCH THÀNH CÔNG

- ✓ Quan sát: Bước đầu tiên giúp giao dịch thành công / 31
- ✓ Hứng thú: Tạo sự tò mò cho khách hàng, kích thích hứng thú mua hàng / 34
- ✓ Liên tưởng: Giúp khách hàng nảy sinh mong muốn mua hàng / 39
- ✓ Mong muốn: Để khách hàng dùng thử và phát biểu cảm nhận / 42
- ✓ So sánh: Nâng cao sự hài lòng của khách hàng khi so sánh / 45
- ✓ Tin cậy: Thúc đẩy khách hàng hạ quyết tâm mua sản phẩm / 49
- ✓ Thời cơ: Nắm bắt thời cơ, thúc đẩy giao dịch thành công / 52

CHƯƠNG 3

HOÀN HẢO TÔI TỪNG CHI TIẾT LÀ BÍ QUYẾT THẮNG LỢI: HIỂU NHỮNG ĐIỀU NHỎ NHẤT MÀ KHÁCH HÀNG QUAN TÂM, TRỞ THÀNH "VUA" BÁN HÀNG

- ✓ Hẹn trước: Cuộc hẹn phù hợp với nhu cầu khách hàng / 57
- ✓ Sản phẩm: Hiểu sản phẩm như hiểu bản thân / 62
- ✓ Phục vụ: Phục vụ chu đáo khiến khách không thể từ chối mua hàng / 65
- ✓ Ứng xử: Để lại ấn tượng tốt đẹp nhất với khách hàng / 69
- ✓ Công cụ bán hàng: Chuẩn bị tốt mới không bị động / 74
- ✓ Môi trường: Khiến khách hàng cảm thấy thoải mái như ở nhà / 78

CHƯƠNG 4

ĐÁNH GIÁ KHÁCH HÀNG QUA VẺ BÊN NGOÀI

- ✓ Thông qua vẻ bên ngoài, đánh giá khả năng mua hàng của khách / 82
- ✓ Phát hiện ra đặc điểm nhu cầu của khách bằng đôi mắt tinh tường / 86
- ✓ Từ cách ăn mặc nhận ra đặc điểm, tính cách và thói quen mua hàng của khách / 89
- ✓ Phán đoán tính cách qua dáng người / 93
- ✓ Phán đoán tính cách qua hình dáng khuôn mặt / 96
- ✓ Phán đoán tính cách qua mái tóc / 100

CHƯƠNG 5

"TRÔNG MẶT MÀ BẮT HÌNH DUNG": QUAN SÁT LỜI NÓI VÀ SẮC MẶT ĐỂ HIỂU KHÁCH HÀNG

- ✓ Hiểu nụ cười của khách hàng / 105
- ✓ Đọc tâm lí khách hàng qua chuyển động của lông mày / 109
- ✓ Đọc tâm lí khách hàng qua ánh mắt / 112
- ✓ Đọc tâm lí khách hàng qua dáng mũi / 116
- ✓ Đọc tâm lí khách hàng qua động tác đầu / 120
- ✓ Đọc tâm lí khách hàng qua động tác miệng / 124

CHƯƠNG 6

NHỮNG HÀNH VI CỦA KHÁCH HÀNG: PHÁN ĐOÁN TÂM LÍ QUA HÀNH ĐỘNG

- ✓ Phán đoán tính cách của khách hàng qua tư thế đứng / 128
- ✓ Phán đoán tính cách khách hàng qua tư thế bước đi / 135
- ✓ Bí mật ẩn chứa trong tư thế ngồi / 138
- ✓ Phán đoán tâm lí khách hàng qua khoảng cách không gian / 141
- ✓ Phán đoán tính cách khách hàng qua việc chọn món ăn / 146
- ✓ Một vài động tác chứng tỏ khách hàng “nghĩ một đằng nói một nẻo” / 149

CHƯƠNG 7

HIỂU RÕ TÂM LÍ KHÁCH HÀNG: GIẢI BÀI TOÁN KHÓ TRONG GIAO DỊCH

- ✓ Tâm lí phòng bị: Khách hàng thường có tâm lí phòng bị với người bán hàng / 154
- ✓ Tâm lí sĩ diện: Mỗi khách hàng đều muốn được đối xử như khách “VIP” / 158
- ✓ Tâm lí ngang ngạnh: “Con cá mất là con cá to”, những thứ không có được là những thứ tốt nhất / 160
- ✓ Tâm lí lợi ích thực tế: Hàng tốt giá rẻ là nhu cầu của mọi khách hàng / 163
- ✓ Tâm lí thích mới lạ: Sản phẩm khác biệt được khách hàng yêu thích hơn / 167
- ✓ Tâm lí an toàn: Thử dùng và trải nghiệm sẽ khiến khách hàng có quyết tâm mua hàng hơn / 170
- ✓ Tâm lí hiệu suất: Thời gian có hạn, nhanh chóng giao dịch cũng đạt hiệu quả cao / 173

CHƯƠNG 8

TÌM RA ĐIỂM YẾU TÂM LÍ CỦA KHÁCH HÀNG GIÚP BÁN HÀNG THÀNH CÔNG

- ✓ Giới thiệu sản phẩm dựa trên tâm lí tò mò của khách hàng / 176
- ✓ Thông qua “bữa trưa miễn phí” khiến cho khách hàng có cảm giác mắc nợ / 182
- ✓ Lấy lòng khách hàng thích khoe khoang / 186
- ✓ Đối với khách hàng cố chấp, cần chân thành / 190

- ✓ Đưa ra lời khuyên chân thành cho những khách hàng do dự / 193
- ✓ Đưa ra ưu thế giá cả với khách hàng tiết kiệm / 196
- ✓ Với khách hàng nóng vội, cần giải quyết dứt khoát / 200
- ✓ Giới thiệu sản phẩm độc đáo với những khách hàng cá tính / 204

CHƯƠNG 9

LUÔN CHỦ ĐỘNG MỖI NẮM ĐƯỢC THỜI CƠ; HIỂU LỜI TỪ CHỐI CỦA KHÁCH HÀNG MỖI CÓ THỂ THÀNH CÔNG

- ✓ Ý kiến phản bác của khách hàng có thể là tín hiệu giao dịch thành công / 208
- ✓ Hiểu tâm lí thực sự của khách hàng / 212
- ✓ Phát hiện nhu cầu của khách hàng thông qua lời “từ chối” / 215
- ✓ Kỹ năng xử lí những lời phản nản của khách hàng / 219
- ✓ Kỹ năng ứng xử với những thắc mắc của khách hàng về giá cả / 225
- ✓ Kỹ năng ứng xử với những khách hàng kéo dài thời gian từ chối mua hàng / 229
- ✓ Kỹ năng ứng xử với những khách hàng có ấn tượng xấu về nhà cung cấp / 233

CHƯƠNG 10

GIAO DỊCH THÀNH CÔNG: ĐỌC HIỂU TÍN HIỆU GIAO DỊCH CỦA KHÁCH HÀNG, XÓA BỎ “BỨC TƯỜNG NGĂN CÁCH” TRONG GIAO DỊCH

- ✓ Tìm hiểu cụ thể về sản phẩm / 237
- ✓ Thái độ của khách hàng từ lạnh nhạt, nghi ngờ, từ chối biến thành nhiệt tình, thân thiết, thoải mái tự nhiên / 240
- ✓ Khen ngợi hoặc khẳng định một chút về sản phẩm / 242
- ✓ Trưng cầu ý kiến của người khác / 245
- ✓ Tìm hiểu phương thức giao dịch, thời gian giao hàng và điều kiện trả tiền / 248
- ✓ Thăm dò mức giá thấp nhất của sản phẩm / 251
- ✓ Nghi ngờ về chất lượng và quá trình sản xuất sản phẩm / 254
- ✓ Chủ động đưa ra yêu cầu thay đổi môi trường đàm phán / 257
- ✓ Giới thiệu cho nhân viên bán hàng về người quyết định mua hàng cuối cùng / 260

NHÀ XUẤT BẢN THANH NIÊN

64 Bà Triệu - Hà Nội - ĐT: (024). 62631716

Fax: (024). 39436024. Website: nxbthanhvien.vn;

Email: info@nxbthanhvien.vn

Chi nhánh: 145 Pasteur, Phường 6, Quận 3, TP. Hồ Chí Minh

ĐT: 028.39106962 – 028.39106963



MINH LONG book

ĐƠN VỊ LIÊN KẾT VÀ PHÁT HÀNH

CÔNG TY TNHH 1 THÀNH VIÊN TM & DV VĂN HÓA MINH LONG

ĐC: LK 02.03, Dãy B, Khu đô thị Green Pearl

378 Minh Khai - P. Vĩnh Tuy - Q. Hai Bà Trưng - Tp. Hà Nội

ĐT: (84-24).7 300 8377 - Fax: (84-24).3 984 5985

Website: www.minhlongbook.com.vn - Email: minhlongbook@gmail.com

Văn phòng đại diện tại TP. Hồ Chí Minh

ĐC: Số 33 Đỗ Thừa Tự - P. Tân Quý - Q. Tân Phú - Tp. Hồ Chí Minh.

ĐT: (84-28).6 675 1142 - Fax: (84-28).6 267 8342

Email: cnminhlongbook@gmail.com

Ai hiếu khách hàng người ấy bán được hàng

Chịu trách nhiệm xuất bản:

Giám đốc – Tổng Biên tập: **LÊ THANH HÀ**

Biên tập: **CHU QUANG KHÁNH**

Trình bày: **MINH LONG**

Bìa: **GIA LONG**

Sửa bản in: **THIÊN NGÀ**

ISBN: 978-604-334-173-7

In 2.000 cuốn, khổ 16 x 23cm, tại Công ty TNHH TM In Bao bì Tuấn Bằng

Địa chỉ: Khu tập thể Xí nghiệp in Bản đồ, ngõ 108 đường Xuân Đình,

phường Xuân Tảo, quận Bắc Từ Liêm, Hà Nội

Cơ sở in: KCN Thạch Thất, Quốc Oai, Hà Nội

Số xác nhận ĐKXB: 1639-2021/CXBIPH/29-62/TN

QĐXB số: 927/QĐ-NXBTN cấp ngày 14/05/21

In xong và nộp lưu chiểu quý II năm 2021.