

VƯƠNG LIÊM

THƯƠNG MẠI
TRONG NỀN KINH TẾ THỊ TRƯỜNG



NHÀ XUẤT BẢN THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH

THƯƠNG MẠI TRONG NỀN KINH TẾ THỊ TRƯỜNG

VƯƠNG LIÊM

Chịu trách nhiệm xuất bản:
TRẦN ĐÌNH VIỆT

Biên tập : NGUYỄN CẨM HỒNG
Sửa bản in : HỒNG ANH
Trình bày : NGỌC MINH
Bìa : ANH THƯ

NHÀ XUẤT BẢN THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH
62 Nguyễn Thị Minh Khai - Q.1

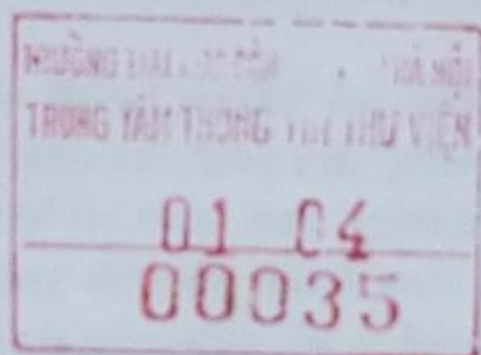
ĐT: 8225340 - 8296764 - 8220405 - 8222726 - 8296713 - 8223637
Fax: 84.8.222726. E-mail: nxbtpHCM@bvn.vnd.net

Thực hiện: MINH TÂM

In lần thứ : nhất. Số lượng: 1000 cuốn khổ 13x19cm
Tại: XÍ NGHIỆP IN THÀNH CÔNG
GP: 1245 - 87/ XB - QLXB ngày 11 - 9 - 2001
In xong nộp lưu chiểu tháng 11 - 2002

VƯƠNG LIÊM

Thương Mại Trong Nền
Kinh Tế Thị Trường



NHÀ XUẤT BẢN THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH

Lời nói đầu

Ngày nay, trong hoạt động kinh doanh hay thương mại và dịch vụ, bán hàng là một chức năng, hơn nữa một nhiệm vụ rất quan trọng đối với doanh nghiệp, nếu không nói là vô cùng thiết yếu để mang lại lợi nhuận.

Do đó, công việc bán hàng đòi hỏi người bán hàng hay người thực hiện một thương vụ nói chung cần phải có trình độ nghiệp vụ, chuyên môn phù hợp với ngành hàng nhất định. Hơn thế nữa, khách hàng mục tiêu lẫn tiềm năng trong một thị trường cụ thể - thị trường mục tiêu - là những đối tượng rất đa dạng về cá tính, tâm lý, thói quen, sở thích kèm theo khả năng tài chính và nhu cầu gần, xa... tạo ra các áp lực rất lớn cho người bán hàng.

Nghiệp vụ bán hàng vì thế lại đòi hỏi ở người bán hàng một kỹ xảo sử dụng các phương tiện hiện đại của nền kinh tế tri thức hay nghệ thuật khi giao tiếp với khách hàng để tiến hành một thương vụ và nhất định thương vụ này phải được hoàn thành bằng một quyết định mua. Vai trò của người bán hàng luôn luôn ở tuyến đầu trước một khách hàng là vua khó tính trong một thị trường có rất nhiều đối thủ cạnh tranh một mình trực tiếp chiến đấu để giành thắng lợi.

“Thương mại trong nền kinh tế thị trường” được trình bày theo bốn nội dung :

Chương một : Bán hàng và nền kinh tế thị trường.

Chương hai : Công việc chuẩn bị bán hàng.

Chương ba : Giao dịch với khách hàng.

Chương bốn : Thực hiện một thương vụ thành công.

Chương năm : Công việc quản lý tổ, đội bán hàng.

Nội dung của tập sách này không chỉ nhằm cung cấp các kỹ năng bán hàng hiện đại cho nhân viên bán hàng mà còn giúp cho người quản lý một tổ, đội kinh doanh những hướng dẫn cụ thể để tổ chức và điều hành tổ, đội có hiệu quả chắc chắn, trong đó vừa đặt nặng công tác đào tạo, vừa quan tâm tới chế độ trả lương, khen thưởng người bán hàng thành đạt.

Tập sách này chắc chắn còn nhiều thiếu sót, rất mong bạn đọc vui lòng góp ý bổ sung, nhất là các bạn có nhiều kinh nghiệm bán hàng trong từng tình huống thực tiễn và từng hoạt động cụ thể.

Vương Liêm

MỤC LỤC

Lời nói đầu	5
CHƯƠNG I: HOẠT ĐỘNG THƯƠNG MẠI VÀ NỀN KINH TẾ THỊ TRƯỜNG	7
1 Khái lược về sản xuất và tiêu thụ sản phẩm	9
2 Các giai đoạn phát triển kinh tế thị trường	11
3 Vai trò tiền tệ trong nền kinh tế hàng hoá	15
4 Các học thuyết kinh tế và vấn đề mua bán	17
5 Bán hàng là thực hiện một thương vụ	20
CHƯƠNG II: VIỆC CHUẨN BỊ BÁN HÀNG	23
1 Có chuẩn bị mới đạt thắng lợi	25
2 Đẩy mạnh sự hợp tác của khách hàng	26
3 Phải tự tin để đương đầu	28
4 Biết cải tiến để tự phát triển	33
5 Công việc tổ chức bán hàng	37
6 Sử dụng các phương tiện điện tử	43
CHƯƠNG III: GIAO DỊCH VỚI KHÁCH HÀNG	49
1 Cần phải am hiểu khách hàng	51
2 Việc tìm kiếm khách hàng mục tiêu	56
3 Nghiên cứu và theo đuổi khách hàng	62

4	Cách giao tiếp có hiệu quả	67
5	Cung cấp những gì khách hàng cần	75
6	Cần làm vừa lòng khách hàng	79

CHƯƠNG IV: THỰC HIỆN MỘT THƯƠNG VỤ THÀNH CÔNG

	VỤ THÀNH CÔNG	89
1	Hoạch định chiến lược bán hàng	91
2	Bán hàng với mô hình AIDCA	96
3	Giao tiếp với khách hàng bằng thư tín	104
4	Việc sử dụng điện thoại bán hàng	110
5	Tổ chức cuộc gặp gỡ khách hàng	115
6	Thực hiện một cuộc trình diễn	120
7	Các thể thức thương lượng hiệu quả	125
8	Cách giải quyết dứt điểm một thương vụ	135

CHƯƠNG V: QUẢN LÝ TỔ, ĐỘI BÁN HÀNG

	QUẢN LÝ TỔ, ĐỘI BÁN HÀNG	141
1	Công việc quản lý một tổ, đội bán hàng	143
2	Công việc đào tạo tổ, đội	149
3	Cần quản lý tốt các cuộc gọi điện bán hàng	159
4	Các quy định về lương và thưởng	164
5	Luôn đánh giá để công nhận thành quả	169
6	Cách điều hành hội nghị bán hàng	175
	Thử đánh giá kỹ năng bán hàng	180

VƯƠNG LIÊM

THƯƠNG MẠI TRONG NỀN
KINH TẾ THỊ TRƯỜNG

Nếu bạn hứa hẹn điều gì với khách hàng thì phải luôn luôn giữ lời hứa ấy.

Nên ghi nhớ là những ưu tiên của khách hàng có thể khác với những gì bạn đang kỳ vọng.



Giá: 20.000đ