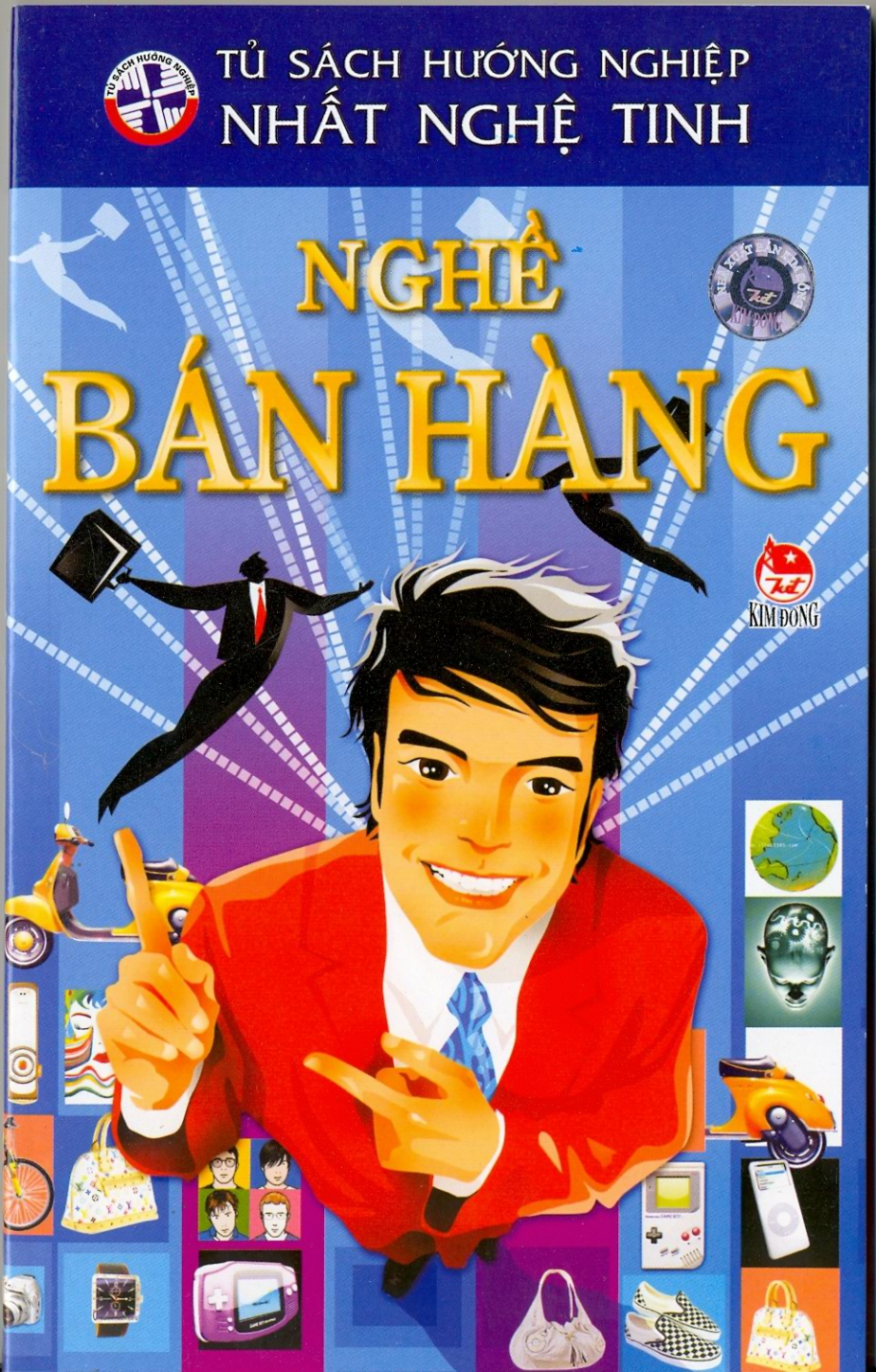
TỦ SÁCH HƯỚNG NGHIỆP

NHẤT NGHỆ TINH

NGHỀ BÁN HÀNG



KIM ĐỒNG

Kỹ năng cho nhân viên văn phòng và sinh viên:
http://vietnamlearning.vn

Mạng chia sẻ tri thức:
http://trithuccongdong.com


TỦ SÁCH HƯỚNG NGHIỆP
NHẤT NGHỆ TINH
NGHỀ
BÁN HÀNG
NHÀ XUẤT BẢN KIM ĐỒNG
DU LỊCH
NGÂN HÀNG
PR
DƯỢC
KẾ TOÁN
KIỂM TOÁN
THIẾT KẾ
SƯ PHẠM
CHÚ Ý
TÀU TỐC HÀNH
CHÚ Ý
EXPRESS
PR - QUAN HỆ CÔNG CHÚNG
KIỂM TOÁN
KIM ĐỒNG

NGHỀ BÁN HÀNG

MỤC LỤC

◆ Lời ngỏ 5
Hàng ghế số 1 - Câu chuyện nghề bán hàng 9
Hàng ghế số 2 - Bán hàng là gì? 14
Hàng ghế số 3 - Nhân viên bán hàng làm gì? 21
Hàng ghế số 4 - Nhân viên bán hàng làm việc ở đâu? 28
Hàng ghế số 5 - Bạn có nên chọn nghề bán hàng? 30
Hàng ghế số 6 - Những phẩm chất cần thiết trong nghề 37
Hàng ghế số 7 - Học nghề bán hàng ở đâu? 44
Hàng ghế số 8 - Bạn quyết định 48
Hàng ghế số 9 - Bạn muốn biết 47
◆ Góc chia sẻ 58

Copyright © by Kim Dong Publishing House
Tác phẩm do Nhà xuất bản Kim Đồng giữ bản quyền

Nhất nghệ tinh...

Hàng năm, mỗi độ hè đến, lại có hàng triệu bạn đọc Kim Đồng đứng trước ngưỡng cửa các trường đại học, cao đẳng và trung học chuyên nghiệp với câu hỏi : Mình nên thi vào trường nào nhỉ ? Nên chọn ngành nghề nào cho phù hợp đây ?

Ngày nay, khi sự phát triển của xã hội kéo theo sự mở rộng và biến đổi của các ngành nghề, việc chọn nghề đang trở nên khó khăn hơn bao giờ hết. Các bạn trẻ không chỉ dựa vào sự tư vấn từ phía nhà trường, cha mẹ... mà còn cần một cẩm nang với những chỉ dẫn cơ bản, làm tiền đề cho sự lựa chọn chính xác. Với sự tham gia của các chuyên gia từng lĩnh vực, Tủ sách hướng nghiệp - nhất nghệ tinh của Nhà xuất bản Kim Đồng ra đời với mong muốn đáp ứng phần nào nhu cầu cấp thiết ấy.

Mỗi cuốn sách được kết cấu như một toa tàu, mỗi tàu là một nghề trong đoàn tàu, mỗi toa tàu là một nghề trong đoàn tàu hướng nghiệp song hành cùng bạn

trên hành trình vào tương lai. Ngay từ khi còn ngồi trên ghế nhà trường, các bạn đã có thể chủ động tìm hiểu về các ngành nghề đa dạng, phong phú trong xã hội. Qua từng hàng ghế, bạn sẽ biết nghề đó là gì, làm việc ở đâu, cần những tố chất gì, đào tạo ra sao...

Ngoài ra, phần góc chia sẻ còn cung cấp những trao đổi, giải đáp cụ thể hơn về các ngành nghề, phương pháp hiệu quả để lựa chọn nghề nghiệp, cũng như những chia sẻ, nhận xét của chính các bạn...

Tất cả, dù là ai chăng nữa, cũng không bao giờ đưa ra được những chỉ dẫn, góp ý cụ thể cho từng trường hợp. Bởi vậy, khi xây dựng tủ sách này, chúng tôi chỉ có một mong ước là các bậc phụ huynh, các bạn học sinh, sinh viên có thể tìm kiếm ở nơi đây những thông tin có ích cho mình. Và nếu như những thông tin ấy thực sự có ích trong hành trang của các bạn trên đường đi tới thành công trong nghề nghiệp, thì đó chính là niềm vui lớn của chúng tôi.

Nhà xuất bản Kim Đồng xin chân thành cảm ơn sự ủng hộ và cộng tác nhiệt tâm của các vị cộng tác viên để bộ sách được ra mắt bạn đọc.

Nhà xuất bản Kim Đồng

Bạn hãy yêu quý khách hàng, tôn trọng họ và đưa ra một giá cả phải chăng.

Joe Girard

Bán hàng là một nghề có từ rất lâu đời bởi nó gắn liền với sản xuất hàng hóa. Bán hàng giúp sản xuất hàng hóa thực hiện được công đoạn cuối cùng: Bán được hàng, đưa được hàng hóa tới cho khách hàng cần nó.

Ở Việt Nam, bán hàng đã từng là một nghề được ao ước trong thời kỳ bao cấp, khi sản xuất chưa phát triển, có quá ít hàng hóa để bán ra và người bán hàng được nhiều người săn đón. Nếu có người thân là mậu dịch viên (nhân viên bán hàng) thì cuộc sống coi như đã được đảm bảo cả về số lượng và chất lượng. Theo thời gian, khi sản xuất đã phát triển, nghề bán hàng trở nên kém hấp dẫn hơn với nhiều người. Nhưng trên thực tế, đây lại là một nghề không thể thiếu. Chính vì vậy, nhân lực trong nghề này chiếm một tỷ lệ không dưới 30% trong các doanh nghiệp sản xuất và trên 50% tại các doanh nghiệp thương mại, cho dù nó được gọi bằng nhiều tên khác nhau như người bán hàng, nhân viên thị trường, nhân viên phát triển thị trường, tiếp thị viên hay nhân viên kinh doanh...

Mời bạn khám phá *Toa tàu số 38*:

NGHỀ BÁN HÀNG

HÀNG GHẾ SỐ 1

CÂU CHUYỆN NGHỀ BÁN HÀNG

Nhân viên bán hàng là chiếc cầu nối gắn kết giữa khách hàng và doanh nghiệp. Chính họ là những người làm nên sự tăng trưởng doanh số, là chìa khoá đảm bảo thành công của tất cả các doanh nghiệp.

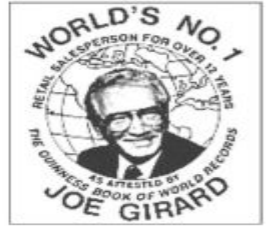
Không ít nhà lãnh đạo hàng đầu xuất thân từ những người bán hàng tài ba. Không chỉ vậy, tất cả các nhân viên giỏi đều sử dụng chính các kỹ năng của bán hàng để thuyết phục đồng nghiệp cũng như cấp trên ủng hộ hay hợp tác với họ. Ở mức độ nào đó, có thể nói: *Ai cũng làm nghề "bán hàng"*. Chúng ta thường xuyên bán cái gì đó cho người khác vì lợi ích của chính chúng ta và của tổ chức nơi mà ta làm việc.

Trên thế giới có hàng trăm triệu người sống bằng nghề bán hàng. Rất nhiều người trong số đó đã đạt được những thành công vang dội, tạo nên sự nghiệp lớn. *Hàng ghế số 1* sẽ kể với bạn câu chuyện về một người như thế.

"Người bán hàng giỏi nhất thế giới"

Trong *Đại sảnh Danh vọng ngành công nghiệp ô tô* (Automotive Hall of Fame), tên tuổi ông được xếp cùng 175 huyền thoại khác như Henry, Ford

Charles Kettering, Harvey Firestone... Không phải nhà phát minh hay nhà sản xuất..., ông là người bán lẻ ô tô đầu tiên được vinh danh như vậy.



Sách kỷ lục Guiness đã ghi tên ông: Joe Girard (sinh năm 1928 tại bang Michigan, Mỹ) là "Người bán hàng giỏi nhất thế giới" với kỷ lục 13.001 chiếc xe ô tô bán được trong 15 năm làm nghề. Điểm đặc biệt ở chỗ: con số này là kết quả việc bán lẻ cho từng khách hàng chứ không phải bán buôn với số lượng lớn cho các tổ chức.

Một trong những năm thành công nhất của Joe là năm 1973 với doanh số 1.425 xe bán được. Riêng tháng cao điểm nhất trong năm đó, ông bán được 174 chiếc - một kỷ lục đến nay vẫn chưa ai phá được. Hầu hết nhân viên bán hàng chỉ bán được 4 đến 5 xe/tháng. Riêng Joe khẳng định thương hiệu của mình với doanh số vượt trội: 6 xe trở lên được tiêu thụ trong vòng một ngày.

Khi đã nghỉ làm việc, Joe đi vòng quanh thế giới và trò chuyện với mọi người về những bí quyết riêng của mình. Cả thế giới đều sẵn sàng lắng nghe những kinh nghiệm quý báu của ông!

"Tôi cảm ơn quý vị, và gia đình tôi cũng thế!"

Joe Girard sinh ra trong một khu nhà ổ chuột với tuổi thơ nghèo nàn. "Con sẽ chẳng bao giờ làm được trò trống gì!" Cha ông luôn luôn nói vậy và Joe Girard, người phải nghỉ học từ năm lớp 11 đã luôn cố gắng chứng tỏ điều ngược lại.

Sự nghiệp kinh doanh xe hơi của Joe Girard bắt đầu khá muộn khi Joe đã 35 tuổi. Tình cảnh của ông lúc đó thật thảm hại: mất việc, không còn tiền tiết kiệm, nợ nần chồng chất sau một phi vụ làm ăn thất bại. Vợ ông ngập ngừng thông báo rằng trong nhà không còn gì cho bọn trẻ ăn. Tuyệt vọng, ông nài nỉ một nhà kinh doanh xe hơi trong vùng cho ông một công việc bất kỳ với lời hứa sẽ không làm ảnh hưởng đến công việc của những người khác trong hãng.

Đêm đó, khi những người bán hàng khác đã về hết, ngồi bên chiếc bàn làm việc được giao riêng cho mình, ông thận trọng cầm lấy máy điện thoại và hồi hộp quay số của khách hàng đầu tiên. Joe bắt đầu công việc năn nỉ và thuyết phục bằng tất cả khả năng và sự khéo léo bẩm sinh của mình. Vị khách chia sẻ rằng đã nhiều năm mua bảo hiểm, mua nhà, mua ô tô nhưng chưa bao giờ gặp ai thuyết phục theo cách như thế. Cái gật đầu đồng ý của vị khách đầu tiên đồng nghĩa với số tiền hoa hồng tương đương 10 USD mà Joe

bạo dạn "vay nóng" ông chủ để mua thức ăn cho bọn trẻ ở nhà.

Vì thế, sau kỷ niệm đó, ông luôn muốn nói với bất cứ khách hàng nào sau này của mình rằng: "Tôi cảm ơn quý vị, và gia đình tôi cũng thế. Tôi yêu quý vị!". Công việc bán hàng tưởng chừng khó khăn với người khác đã cứu gia đình ông khỏi cảnh bần cùng và vươn lên nhanh chóng.

"Nếu họ có trái chanh, tôi có thể biến nó thành một trái đào"!

Joe Girard đã chia sẻ chân thành về quan điểm bán hàng của mình: "Khi anh mua chiếc xe từ tôi không có nghĩa là anh chỉ mua chiếc xe mà như anh mua tôi vậy. Tôi sẽ làm hết mình để phục vụ khách hàng. Tôi thích việc được phục vụ khách hàng hiện tại hơn là bán một chiếc xe mới cho một khách hàng mới".

Với quan điểm rõ ràng như thế, khách hàng cũ luôn xuất hiện huyên náo trước cửa văn phòng của Joe và giới thiệu thêm nhiều khách hàng mới đến. Họ thực sự chờ đợi đến lượt mình được gặp Joe – trái với logic bình thường là nhân viên bán hàng phải xoay sở tìm mọi cách tiếp cận với khách hàng. Joe giải thích rằng mọi người có thể phải chờ đợi lâu cho cuộc hẹn gặp ông, nhưng điểm khác biệt là ông "gặp họ bằng cả sự hiện hữu lẫn cả tâm hồn mình".

Và khách hàng luôn tin tưởng vào phương châm làm việc sáng tạo của ông: "Nếu họ có trái chanh, tôi có thể biến nó thành một trái đào".

Việc khách hàng phải ngồi chờ đợi quá lâu thường rất buồn chán. Chính vì thế, Joe tạo nên sự khác biệt bằng cách tạo ra một không gian chờ rất thân thiện, gần gũi với nhiều phương tiện giải trí như sách, báo, phim ảnh v.v... cho các "thượng đế". Ông có một quầy bar với hơn 50 loại rượu, hơn 10 nhãn hiệu thuốc lá, cùng với đồ chơi, bóng... cho trẻ nhỏ. Các nhân viên phục vụ sẵn sàng chia sẻ cả về cuộc sống cũng như chuyên môn về xe hơi với những khách hàng có nhu cầu.

Và trong thời gian chờ đợi dễ chịu ấy, thợ máy của Joe sẽ đi tới những chiếc xe của khách hàng đang đậu bên lề đường, chăm sóc xe miễn phí cho họ. Thỉnh thoảng, thợ máy sẽ lắp thêm vào những bộ phận còn thiếu trị giá khoảng từ 15 USD đến 20 USD. Khách hàng sẽ ngạc nhiên hỏi: "Tôi phải trả bao nhiêu?" và càng ngạc nhiên hơn khi câu trả lời là: "Không một xu nào cả, thưa quý ngài!".

Khi đã gặp Joe một lần, bạn sẽ thường xuyên nhận được những tấm thiệp có hình ảnh ngộ nghĩnh và thông điệp: "Tôi yêu quý bạn!" của Joe, và nhớ đến khuôn mặt hóm hỉnh luôn tươi

cười của người bán hàng vui vẻ này. Mỗi tháng Joe gửi đi gần 13.000 tấm thiệp như vậy.

Với ấn tượng như thế, thử hỏi bạn sẽ tới đâu trong lần mua xe kế tiếp? Với sức mạnh của "lời đồn", những ấn tượng tốt đẹp mà khách hàng có được sẽ nhanh chóng lan rộng với sức thuyết phục rất cao.

Để đạt được thành công, người bán hàng không chỉ gắn bó với sản phẩm mình bán, mà còn phải có sự kết nối thân thiện, gần gũi với đồng nghiệp. Những người thợ máy lành nghề luôn sẵn sàng bắt tay ngay vào công việc mà Joe vạch ra. Đó là kết quả của những bữa ăn vui vẻ mỗi tối thứ tư hàng tuần tại nhà hàng Ý, những bữa picnic thịt nướng cuối tuần rất nhiều tiếng cười giữa gia đình Joe và những người thợ máy... Joe đã tạo nên một dây chuyền đoàn kết để phục vụ tận tình nhất cho khách hàng đến với sản phẩm của mình.

Mỗi lần giảng bài ở học viện Northwood, tôi đều qua nơi trưng bày ảnh của những tên tuổi được vinh danh trong Đại sảnh Danh vọng *và cầu nguyện mình sẽ có mặt trong số đó. Không phải chỉ cho tôi, mà cho tất cả những người bán lẻ ô tô ở đất nước này. Nếu chúng tôi không bán những chiếc xe, chúng sẽ không được tạo ra.*

Joe Girard

HÀNG GHẾ SỐ 2

BÁN HÀNG LÀ GÌ ?

Khi bạn ra chợ, vào các tiệm ăn, đi mua sắm..., hầu như ngày nào bạn cũng tiếp xúc với những người bán hàng. Thậm chí, chính bạn có thể từng cùng bạn bè tổ chức một quầy ăn, bán đồ lưu niệm trong dịp hội trường? Công việc của người bán hàng không xa lạ với bạn, nhưng có thể, bạn vẫn chưa hoàn toàn hiểu biết chính xác và đầy đủ về nó.

Mua hàng là một quá trình



Như vậy, bán hàng chính là việc giúp khách hàng hoàn thành quá trình trên. Người bán hàng giúp đỡ khách hàng mua, giúp họ giải quyết vấn đề mà họ đang gặp phải bằng việc cung cấp cho họ một số sản phẩm nào đó.

Và bởi thế, bán cũng là một quá trình - quá trình giao tiếp giữa người với người để đi đến một thỏa thuận mua bán chung mà cả hai bên đều cảm thấy hài lòng.

Từ đó, hiểu một cách đơn giản, bán hàng là một khái niệm bao gồm một loạt các hoạt động đi liền với việc giao hàng và nhận tiền. Đây vừa là khâu cuối, vừa là khâu đầu của quá trình kinh doanh. Để có và giữ được khách hàng, người bán hàng cần đến một loạt các kỹ năng marketing, từ việc tiếp cận thị trường, tìm hiểu nhu cầu khách hàng đến tìm cách chào bán đúng thứ mà khách hàng cần, đúng lúc, đúng nơi và đúng giá với cách truyền thông, thuyết phục phù hợp nhất.

Vì sao nghề bán hàng cần thiết?

- Hàng hoá sản xuất mang tính xã hội nhưng tiêu dùng có tính cá nhân.

- Hàng hoá được sản xuất liên tục nhưng tiêu dùng không phải lúc nào cũng liên tục.

- Hàng hoá được sản xuất ở một nơi nhưng được bán ở nhiều nơi.

Nhân viên bán hàng là gạch nối đầu tiên và quan trọng nhất để kết nối quan hệ với khách hàng. Những kế hoạch marketing hay nhất sẽ không thành công nếu công tác bán hàng không hiệu quả. Khi sản phẩm đã ra thị trường, tất cả

phụ thuộc một phần rất lớn vào đội ngũ bán hàng. Nếu đội ngũ này không năng động, nhạy bén, biết cách đưa sản phẩm tới khách hàng hiệu quả nhất, sản phẩm sẽ thất bại. Vì vậy, đối với nhiều khách hàng, nhân viên bán hàng chính là bộ mặt của công ty và sản phẩm họ bán ra.



Phương châm của người bán hàng

Elmer Wheeler - một trong bốn "Người khổng lồ" trong lĩnh vực bán hàng trên thế giới đã từng nói rất hóm hỉnh về cách thức thành công: "Đừng bán miếng thịt nướng, mà hãy bán tiếng xèo xèo hấp dẫn". Ông đã trở thành nhân vật uy tín trong việc sử dụng chính xác ngôn ngữ bán hàng.

* Làm thế nào để khách hàng ra đi với một (hoặc nhiều gói hàng) và quay lại tay không.

* Làm thế nào để "Vui lòng khách đến, vừa lòng khách đi".

* Thuyết phục để khách thôi thúc muốn mua món hàng và vui lòng mở hầu bao.

* Dẹp tự ái và tận tình hỗ trợ khi khách than phiền về sản phẩm.

* Tươi cười kể cả khi khách phàn nàn hoặc to tiếng, nỗ lực làm tròn nghĩa vụ "làm dâu trăm họ".

* Biến đối phương thành đối tác, biến khách hàng thành đồng minh.

Những cách hiểu sai lầm về nghề bán hàng

1- Chỉ những người "mồm mép" mới có thể bán được hàng

Bạn không phải là người có thể "thao thao bất tuyệt" và bạn nghĩ rằng nghề nghiệp này hoàn toàn không phù hợp với bạn. Có thể bạn đã nhầm, bởi vì:

Trên thực tế, những lời lẽ quá trơn tru, khôn khéo có thể gây cho khách hàng cảm giác về sự thiếu trung thực. Một người bán hàng trầm tĩnh, biết lắng nghe sẽ có doanh số bán hàng cao hơn so với một người "nói hết phần người khác". Thậm chí, khi không lắng nghe để biết về nhu cầu và mong muốn của khách hàng, bạn đã tự làm giảm khả năng thành công của mình.

2 - Nghề bán hàng bấp bênh, thăng trầm, mang tính thời vụ

Nhiều người đánh giá công việc bán hàng là bấp bênh, may rủi, thời vụ. Trên thực tế, công việc này sẽ phát triển đều đặn và ổn định nếu bạn



biết tuân thủ một quy trình làm việc hợp lý. Sự thăng trầm chỉ xuất hiện khi bạn không có mục tiêu cụ thể.

3 - Bị khách hàng từ chối nghĩa là người bán hàng kém cỏi

Bạn có thể đã từng thử một "dự án kinh doanh" nho nhỏ (bán thiệp và hoa trong ngày Quốc tế phụ nữ 8/3 chẳng hạn) và thật buồn là kế hoạch ấy đã thất bại. Nguyên nhân là bạn không thuyết phục được mọi người mua thiệp và hoa của mình. Bạn rất thất vọng và đinh ninh rằng bạn chẳng bao giờ là một người bán hàng giỏi cả. Bạn có biết rằng:

Câu nói mà hàng triệu nhân viên bán hàng chuyên nghiệp trên toàn thế giới phải nghe thấy

hàng ngày chắc chắn là: "Không, cảm ơn!". Điều quan trọng là bạn nhận ra rằng mỗi lần bị khách hàng từ chối là bạn đã có một cơ hội mới để tự học hỏi hoàn thiện và phát huy kỹ năng bán hàng điêu luyện của mình.

Một nguyên tắc rất quan trọng của người bán hàng là luôn tiến về phía trước sau khi vấp ngã, không để thất bại trong quá khứ ám ảnh khiến mình mất đi tự tin và dũng khí.

4- Nghề bán hàng không có tương lai và rất ít cơ hội thăng tiến

Bạn nghĩ sao về con số 85% các nhà lãnh đạo, doanh nhân ngày nay đã từng là nhân viên bán hàng?

Để có được thành công, họ cũng từng phải mang sản phẩm đi chào hàng, đối diện và vượt qua sự lạnh nhạt hay phản đối từ khách hàng để chứng tỏ khả năng thuyết phục và chất lượng sản phẩm của mình.

Điểm mấu chốt của việc bán hàng chính là lắng nghe và chia sẻ với khách hàng để hiểu rõ về tính cách cá nhân, sở thích, nhu cầu và mong muốn của họ, từ đó đưa ra những đề nghị xác đáng, đáp ứng đúng nhu cầu và ước muốn của khách hàng. Trong trường hợp này, người bán hàng giỏi giang phải thực sự là những "nhà tư vấn" tài ba. Họ am tường về sản phẩm mà mình bán, nhạy cảm với

tâm lý, thái độ, xúc cảm của khách hàng. Họ có thể đưa ra cho khách hàng những lời tư vấn, những ý kiến tham khảo xác đáng về sản phẩm. Bởi vậy mà hiện nay, ở nhiều nơi, nhân viên bán hàng thường phải qua các khóa đào tạo không chỉ về nghiệp vụ bán hàng nói chung mà cả chuyên môn về sản phẩm, dịch vụ mà họ bán.

Như mọi nghề khác, bán hàng đòi hỏi những kỹ năng chuyên sâu và thái độ nghề nghiệp nghiêm túc. Bạn không nhất thiết phải là người năng nổ, hướng ngoại mới có thể bán hàng giỏi. Thật ra những người trầm tính, có đầu óc thường rất thành công. Sự im lặng đầy tự tin quan trọng hơn những kỹ thuật bán hàng quá khôn khéo.



HÀNG GHẾ SỐ 3

NHÂN VIÊN BÁN HÀNG LÀM GÌ ?

Bạn đã bao giờ chơi trò đồ hàng? Bạn thích sắm vai người mua hay người bán? Ngay từ khi còn nhỏ xíu, chúng ta đã rất thích thú với trò chơi đồ hàng. Một gian hàng nhỏ bày biện những đồ chơi dễ thương. Người mua kẻ bán đều bé xíu, tấp nập, mặc cả mua bán nhanh chóng với "loại tiền tệ đặc biệt" là những tập lá xanh ngắt vội.

Lớn lên một chút, những bạn trẻ năng động và có chút đầu óc luôn muốn buôn bán một cái gì đó. Người khéo tay thì làm thiếp hand-made để bán cho các cửa hàng lưu niệm. Có chút vốn thì hùn chung với nhau lên chợ đêm buôn hoa trong những dịp lễ tết. Mở những gian hàng nho nhỏ trong đêm dạ hội của trường để bán từ kẹo mút, hoa quả dầm, siro đến đồ lưu niệm... Hồ hởi cùng nhau phát tờ rơi, chào mời khách, tính toán lỗ lãi như những người bán hàng thực sự.

Từ những trải nghiệm đó, bạn hoàn toàn có thể hình dung công việc thường ngày của một nhân viên bán hàng đứng bán tại cửa hàng (hoặc gian hàng, quầy hàng):

* Lấy hàng, sắp xếp, trưng bày các sản phẩm thật bắt mắt và khoa học, sao cho dễ gây ấn tượng và dễ tìm nhất.

* Giới thiệu sản phẩm với khách hàng, trả lời các câu hỏi về sản phẩm, tư vấn cho khách hàng lựa chọn sản phẩm phù hợp, lấy hàng, tính tiền hàng, trao hàng cho khách, gói hàng và nhận tiền v.v...

* Lưu hóa đơn, số liệu... về bán hàng, báo cáo thường xuyên về doanh thu, công tác bán hàng...

* Thực hiện các điều tra của công ty khi có yêu cầu. Theo dõi phản ứng, độ đón nhận của khách hàng với sản phẩm, kịp thời phản ánh thông tin về khách hàng, sản phẩm lên bộ phận quản lý.

* Ngoài ra, người bán hàng kiêm luôn việc trông nom, giữ gìn vệ sinh và an toàn cho cửa hàng (hoặc quầy hàng) mà mình đứng bán.

v.v...

Công việc trên không chỉ là những phần việc cụ thể mà bao gồm rất nhiều yếu tố về thái độ, kỹ năng ứng xử:

* Luôn tận tình với khách hàng: mời chào, bắt chuyện, trưng bày sản phẩm, giúp khách chọn hàng v.v...

* Giúp khách hàng khắc phục những nghi vấn, băn khoăn khi lựa chọn sản phẩm.

* Tranh thủ tình cảm của khách hàng, luôn tránh va chạm với khách hàng...

* Nâng cao năng suất lao động của cửa

hàng: Phục vụ nhanh gọn, không nhầm lẫn.



Tuy nhiên, công việc của người bán hàng không chỉ có vậy. Chức năng của người bán hàng có thể khác nhau, tuỳ theo từng loại hình kinh doanh.

Đối với các doanh nghiệp công nghiệp, đối tượng khách hàng là các doanh nghiệp (các nhà máy vận chuyển container, các nhà máy in, khu công nghiệp...). Các nhân viên kinh doanh có nhiệm vụ trực tiếp đến tiếp xúc với khách hàng, bám sát các nhân vật quan trọng trong doanh nghiệp khách hàng để xây dựng và duy trì mối quan hệ lâu dài.

Còn đối với doanh nghiệp sản xuất hàng tiêu dùng (bột giặt, dầu gội dầu, thực phẩm, nước giải khát, quần áo thời trang...), họ thường sử dụng mạng lưới phân phối để đưa sản phẩm đến với người tiêu dùng.

Người tiêu dùng hầu như không thấy mặt nhân viên bán hàng của nhà sản xuất. Tuy nhiên, vai trò của lực lượng bán hàng "nằm trong hậu

trường" này vô cùng quan trọng. Họ phải kết nối đều đặn với nhà phân phối, các trung tâm bán lẻ, siêu thị để hướng dẫn các nhân viên bán hàng trực tiếp làm thế nào bán được nhiều nhất sản phẩm của công ty mình.

Tùy vào từng điều kiện cụ thể, công việc bán hàng có thể gồm những nghiệp vụ sau:

* *Chuẩn bị bán hàng:* Chọn sản phẩm, giới thiệu, cạnh tranh với đối thủ, tìm kiếm khách hàng mới.

* *Theo dõi đơn hàng:* Nhận và xử lý đơn hàng, theo dõi sự thay đổi, những vấn đề phát sinh...

* *Thực hiện dịch vụ bán hàng:* Trước, trong và sau khi bán hàng...

* *Quản lý thông tin:* Thu thập, xử lý và cung cấp những thông tin thị trường cần thiết kịp thời, chính xác...

* *Tổ chức sự kiện:* Tổ chức các hội nghị khách hàng, hội thảo bán hàng, triển lãm, hội chợ v.v...

* *Tham gia tuyển và đào tạo* nhân viên mới, người từ bộ phận khác, đào tạo nhân viên bán hàng cho thị trường khác, cho sản phẩm khác...

* *Đi công tác xa* để khảo sát thị trường, tìm hiểu kinh nghiệm hay vấn đề mà thị trường khác cần giải quyết...

* *Xây dựng mối quan hệ* lâu dài với các nhà phân phối...

BẠN CÓ BIẾT

Muôn mặt chuyện bán hàng

Có những người bán hàng chỉ chuyên bán những sản phẩm kỹ thuật hoặc công nghệ với giá trị cực kỳ lớn. Đây thực sự là công việc đòi hỏi phải đào tạo bài bản và chuyên sâu.

** Từ chuyện bán máy bay*

Những người bán máy bay, vệ tinh... ngoài kiến thức kỹ thuật về sản phẩm còn phải am tường tình hình thị trường và chiến lược phát triển của từng khách hàng, có thể tư vấn khách hàng về xu hướng phát triển của thị trường và thời điểm mua máy bay thích hợp. Một phi vụ như thế này có giá trị vài chục triệu đô và thường kéo dài quá trình thương thuyết đến vài năm trời.

Một trong những lý do thành công của hãng máy bay Airbus là đội ngũ nhân viên bán hàng ***làm việc trung bình 250 ngày/năm ở... văn phòng của khách hàng***. Quan điểm làm việc của những nhân viên này là hoàn toàn dấn thân vì sự thành công của thương hiệu Airbus.

Họ bám trụ lâu dài như vậy để có thể nắm bắt đầy đủ quy trình phức tạp dẫn đến việc các hãng hàng không quyết định mua loại máy bay nào. Khi thời cơ xuất hiện, lập tức họ chìa ra

những hình ảnh ấn tượng, những băng hình video, mô hình, tài liệu kỹ thuật, bảng giá... của những mặt hàng mà Airbus đang có sẵn.

Thời cơ này hoàn toàn dựa trên việc dự báo trước được nhu cầu và động tĩnh của khách hàng.

Khẩu hiệu chính trong công việc này là: *Chỉ những ai khoẻ mạnh mới sống sót.*

Để đạt được những thành tích lớn như bán máy bay cho ILFC - một trong số các công ty lớn nhất thế giới về cho thuê máy bay, ngôi sao bán máy bay Airbus sáng giá Christian Scherer đã phải đến Los Angeles thuê trọ trong một phòng khách sạn có cửa sổ rộng lớn nhìn xuống toàn cảnh cơ ngơi của ILFC. Suốt một thời gian dài ông quan sát nhất cử nhất động của các nhân viên trong hãng với nghiệp vụ tinh vi như một thám tử, xác định xem ai là những viên chức cao cấp có quyền quyết định mua máy bay, sở thích của họ là gì...

Scherer nhớ nhất ba ngày ba đêm thương thuyết cuối cùng. Các nhân viên bán hàng của Airbus và Boeing bị "giam" trong phòng họp ở trụ sở chính của khách hàng ILFC: "*Có đủ cả nước mắt, mồ hôi, đói, mất ngủ, những tiếng la, những cú đập bàn. Rất căng thẳng!*" Cuối cùng, với nỗ lực bền bỉ, Airbus giành được hợp đồng trong cuộc cạnh tranh nước rút đó.

(Theo báo Sài Gòn tiếp thị*)*

** Đến chuyện bán Vertu*

Bạn đã từng nhìn thấy những cô gái xinh đẹp bước ra từ ô tô, sải những bước dài tự tin, theo sau là một anh chàng vệ sĩ to cao? Một ngôi sao điện ảnh sáng giá chăng? Hoàn toàn không! Đó chính là nữ nhân viên bán hàng cho thương hiệu điện thoại quý tộc Vertu của Nokia.

Ngay từ hình thức bên ngoài, họ đã mang một phong cách khác biệt: đồng phục tất cả phải giống nhau, từ kẹp tóc, bao tay, giày tất, bộ vest, thậm chí cả loại nước hoa. Các động tác giới thiệu hàng đều theo quy chuẩn hết sức cẩn trọng. Khi đem hàng giới thiệu cho khách, nhân viên đều trang bị những phương tiện "bảo hộ" cho điện thoại như bao tay, khăn lau với chất liệu cao cấp bằng thun, màu trắng.

Hầu hết khách hàng tìm đến mặt hàng này đều tỏ ra khó tính vì họ bỏ ra một khoản tiền lớn để mua chiếc điện thoại đẳng cấp. Vì thế, công tác chăm sóc khách hàng của các nhân viên bán Vertu cũng khác biệt: những cuộc điện thoại thăm hỏi trong ngày, chia sẻ và giải đáp mọi thắc mắc cho khách hàng, mang hàng đến ngay bất cứ khi nào khách yêu cầu, bất kể giờ giấc v.v...

Ấn tượng về sự thân thiện và cá tính riêng biệt của người bán hàng tác động rất mạnh đến khách hàng, giúp họ có cái nhìn tốt đẹp về sản phẩm.

HÀNG GHẾ SỐ 4

NHÂN VIÊN BÁN HÀNG LÀM VIỆC Ở ĐÂU?

Trên thực tế, lựa chọn nghề bán hàng là bạn đã chọn một trong những nghề nghiệp có cơ hội việc làm lớn nhất, đa dạng và phong phú nhất. Đặc biệt khi nền kinh tế thị trường phát triển, nhu cầu về nguồn nhân lực mạnh trong nghề bán hàng càng cao. Khi bạn bước ra phố, vào chợ, tới siêu thị, trung tâm thương mại, ghé qua hiệu sách v.v..., bạn đều gặp người bán hàng. Thậm chí khi bạn đang nằm dài trên giường nghe nhạc, lại có người bán bảo hiểm tới gõ cửa nhà bạn. Bất kỳ nơi đâu diễn ra hoạt động thương mại đều cần đến nhân viên bán hàng.

Tùy vào năng lực, sở thích, nguyện vọng và điều kiện của bản thân, bạn có thể làm việc tại:

* Các cửa hàng, cửa hiệu bán lẻ...

* Các cửa hàng, trung tâm giới thiệu sản phẩm của các doanh nghiệp...

* Siêu thị, trung tâm thương mại...

* Bộ phận bán hàng của các doanh nghiệp sản xuất, kinh doanh, các đại lý phân phối...

Và rất nhiều nơi khác.

Có thể chỉ là một cửa hiệu nhỏ với diện tích rộng chừng hơn mười mét vuông, cũng có thể là

một tập đoàn lớn với bộ phận bán hàng lên tới hàng trăm người và hoạt động cực kỳ chuyên nghiệp, tất cả nằm trong sự lựa chọn và nỗ lực của bạn.

Tất nhiên, như các hàng ghế trên đã giới thiệu với bạn, tùy vào nơi làm việc mà công việc của người bán hàng có những điểm khác biệt và yêu cầu cũng rất khác nhau. Chẳng hạn nếu bạn muốn tham gia vào bộ phận bán hàng trong các doanh nghiệp sản xuất, kinh doanh..., yêu cầu đối với bạn sẽ cao hơn. Bạn phải có kiến thức về thương mại, thị trường, hiểu biết về các sản phẩm của doanh nghiệp, có độ nhạy bén, sắc sảo...

Và với những nghiệp vụ bán hàng, bạn hoàn toàn có thể "làm việc cho chính mình". Tức là bạn mở và quản lý, tự đứng bán ở cửa hàng của chính mình.

Trong nền kinh tế phát triển, khách hàng không mua sản phẩm mà mua giải pháp cho phép đáp ứng nhu cầu cá nhân. Vì thế, việc bán hàng không phải là bán sản phẩm mà là bán "lợi ích" sản phẩm có thể đem lại cho khách hàng. Nhân viên bán hàng không chỉ đơn thuần là những người "bán nụ cười" nữa, mà phải thực sự là chuyên gia am hiểu về sản phẩm của hãng mình, cung cấp cho khách hàng những giải pháp tối ưu cho vấn đề của họ.

HÀNG GHẾ SỐ 5

BẠN CÓ NÊN CHỌN NGHỀ BÁN HÀNG?

BỐN THUẬN LỢI CỦA NGHỀ NGHIỆP:

Cơ hội làm việc lớn

Bất kỳ doanh nghiệp nào cũng cần nhân viên bán hàng. Nhân viên bán hàng luôn là một trong những vị trí tuyển dụng chiếm "diện tích" lớn nhất trên các phương tiện thông tin đại chúng. Nhưng trên thực tế ở Việt Nam, theo các nhà tuyển dụng thì lực lượng nhân viên bán hàng hội đủ tiêu chuẩn để cung cấp cho các doanh nghiệp chỉ đáp ứng được 30 - 40% nhu cầu.

Cơ hội làm việc phong phú còn ở chỗ trong nghề này, bạn không nhất thiết phải bắt đầu từ tấm bằng đại học hay cao đẳng. Bạn có thể tốt nghiệp trường phổ thông và bắt đầu đi làm. Nghề bán hàng thiên về thực hành hơn là lý thuyết. (Tất nhiên, những bằng chuyên môn về kinh tế giúp bạn có được "phông" kiến thức tốt hơn, hoạt động bài bản hơn và xuất phát điểm có thể cao hơn trong nghề).

Cơ hội tiếp xúc với nhiều người, nhiều phong cách

Mặc dù luôn phải đối diện với những con số về doanh thu, sản phẩm, nhưng công việc của

bạn không nhàm chán. Việc cảm nhận về sự thú vị của nghề bán hàng phụ thuộc vào khả năng chia sẻ và hòa nhập với cộng đồng của mỗi người. Tuy nhiên, nếu bạn thích gặp gỡ và giao tiếp, thích sự mới lạ, đây chắc chắn là một trong những lựa chọn nghề nghiệp bạn nên quan tâm.

Cơ hội thăng tiến cao

Trong mục *Bạn có biết*, bạn đã nghe câu chuyện về "siêu bán hàng" Christian Scherer của hãng Airbus - người từng lập kỷ lục bán 100 chiếc máy bay Airbus A320 cho hãng United Airlines trong năm 1992. Hiện nay, ở tuổi ngoài 40, Scherer là Phó Giám đốc Thương mại của tập đoàn khổng lồ Airbus.

Tại các nước phát triển, không ít nhà lãnh đạo đi lên từ vị trí nhân viên bán hàng. Điều này khá dễ hiểu bởi nhân viên bán hàng thường là



người biết rõ nhất điểm mạnh và điểm yếu của sản phẩm cũng như của doanh nghiệp trong đánh giá của khách hàng. Do đó, những đề xuất của họ với ban lãnh đạo thường rất xác đáng. Các quyết định có ý kiến của họ góp phần không nhỏ vào hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp.

Cũng chính từ những thuận lợi trên, trong các quan hệ xã hội khác, người bán hàng cũng thường chiếm được cảm tình của nhiều người. Điều này đồng thời giúp họ ngày càng có những mối quan hệ đáng giá, thúc đẩy cho hoạt động bán hàng thuận lợi hơn.

Sự phát triển trong tương lai của thương mại điện tử

Cơ hội cho bạn ngày càng lớn với sự xuất hiện của Thương mại điện tử. Đây sẽ là tương lai của hoạt động mua bán vì chỉ cần ngồi nhà với máy vi tính nối mạng và những cú click đơn giản, hoạt động giao dịch sẽ diễn ra nhanh gọn và hiệu quả. Chi phí quảng cáo rẻ, và bạn chỉ phải chăm chút cho sản phẩm và dịch vụ của mình, có thể không cần gặp mặt trực tiếp khách hàng nữa. Mọi thông tin về sản phẩm được cập nhật lên Internet nhanh chóng, rộng rãi khiến cho hiệu quả công việc của bạn rất cao, và bạn có thể sáng tạo cũng như đưa ra ý tưởng mới một cách thoải mái trên nền "không gian đa chiều" rộng mở này.

Bên cạnh đó, bán hàng trực tuyến lại đòi hỏi kinh nghiệm và sự khéo léo riêng so với bán hàng trực tiếp. Vì không có sự tiếp xúc với khách hàng để tạo ấn tượng hình ảnh nên kỹ năng tiếp xúc và thuyết phục với khách hàng qua mạng Internet hoặc điện thoại của bạn phải rất nhuần nhuyễn, khéo léo. Bạn chỉ có một công cụ duy nhất để gây dựng niềm tin và thiện cảm đầu tiên với khách hàng là lời nói của mình.

BỐN THÁCH THỨC CỦA NGHỀ NGHIỆP

Tuy nhiên, đường đến với thành công bao giờ cũng đầy chông gai. Bán hàng là một nghệ thuật mà bạn phải rèn luyện thật nhiều mới có thể nắm vững nó. Bạn phải đối mặt với một số thách thức của nghề nghiệp này:

Vượt qua chính mình

Kẻ địch đáng sợ nhất của người bán hàng chính là tâm lý thích nhàn rỗi, muốn làm việc nhẹ nhàng, chỉ làm những việc mà mình thích, sợ bị xa lánh, xua đuổi, sợ cảm giác khó chịu của khách hàng.

Cạnh tranh khốc liệt

Các sản phẩm có cùng tính năng, chất lượng trên thị trường quá nhiều. Sản phẩm bạn rao bán chưa chắc đã là sản phẩm tốt nhất, rẻ nhất. Bạn

phải chủ động tạo ra sự khác biệt cho sản phẩm bằng chính cá tính của mình và nhấn mạnh vào những ưu điểm mấu chốt.

Với những người ưa thích và đã chấp nhận nghề bán hàng thì 70% những rắc rối trong cuộc đời họ đến từ những khách hàng khó tính, thường xuyên "gây khó dễ" cho người bán hàng. Người bán hàng chuyên nghiệp là người thích nghi được với mọi loại tính cách khác nhau của khách hàng. Họ luôn quán triệt "Khách hàng là thượng đế", dẹp bỏ cái Tôi tự ái cá nhân, vì lợi ích cao nhất là doanh thu bán hàng.

NGƯỜI MUA	
Hy vọng	Lo ngại
tại cửa hàng, sản phẩm mình cần	
Có sẵn, nhiều	Hết hoặc còn rất ít
Chất lượng sản phẩm	
Cao,	Quá thấp
Giá cả	
Phải chăng, không nói thách	Cao hoặc người bán nói thách ngoài sức tưởng tượng
Việc phục vụ sẽ diễn ra	
Nhanh chóng, thuận lợi	Chậm chạp, dịch vụ tồi
Việc đóng gói sản phẩm sẽ	
Đẹp, nhanh gọn	Bao gói xấu hoặc không có
Thái độ người bán	
Nhã nhặn, nhiệt tình, vui vẻ, cởi mở, dễ dàng	Thô lỗ, cục cằn, cáu bẳn, bề hống...

NGƯỜI BÁN	
Hy vọng	Lo ngại
Khách hàng sẽ tỏ ra	
Vui vẻ, cởi mở	Thô lỗ, cục cằn
Mua với số lượng	
Nhiều, đa dạng	Quá ít
Một cách	
Thoải mái, dễ chịu	Chi li, cẩn thận quá
Đòi hỏi	
Chấp nhận được	Có những đòi hỏi vô lý
Với giá cả thì	
Không quá khắt khe, thoải mái	Quá chi li, cụ thể
Thái độ	
Hợm mình, cậy tiền	Vui vẻ, nhiệt tình, không cậy tiền...

Tương quan người mua và người bán

"Làm dâu trăm họ" nên lúc nào bạn cũng phải giữ được tâm trạng tốt nhất

Bạn đang là đại diện cho hình ảnh công ty nên nhất cử nhất động của bạn đều phải giữ gìn thật chuẩn mực. Ngay cả khi bạn có chuyện không vui thì nụ cười tươi vẫn luôn phải nở trên môi. Sức khoẻ của bạn phải thật đảm bảo để tinh thần luôn sảng khoái, truyền sức sống của bạn cho khách hàng và cho sản phẩm.



Nhiều người còn coi nhẹ nghề bán hàng

Có một số người cho rằng có tài thực sự thì không nên làm nghề bán hàng. Vì thế nên dù có năng khiếu bán hàng nhưng nhiều người vẫn tìm đủ mọi cách thay đổi để đến với những công việc

kém phù hợp hơn. Thêm vào đó, lại có "Con sâu làm rầu nồi canh": một số người bán hàng "truyền thống" với những "tính xấu" như buôn bán gian lận, đanh đá, không thuận mua vừa bán thì "đốt vía" các "thượng đế",... nên người tiêu dùng thường khá e dè khi nhắc đến những người làm nghề này.

Khi gắn bó với nghề bán hàng, bạn hãy xác định

* Nghề bán hàng rất vinh quang, góp phần tạo nên quá trình tái sản xuất, giúp tiêu thụ sản phẩm, đảm bảo sản xuất phát triển và đáp ứng nhu cầu của con người.

* Những sản phẩm tốt vẫn khó có thể bán chạy nếu thiếu sự hỗ trợ đắc lực của người bán hàng giỏi giang. Người bán sẽ giúp khách hàng nhận ra điểm ưu việt của sản phẩm và biết được cách thức giải quyết vấn đề mà họ đang gặp phải bằng sản phẩm.

* Bán hàng hiện nay là một công việc hấp dẫn với môi trường năng động, nhiều thách thức, thể hiện tinh thần làm việc hết mình, tinh thần đồng đội và tính kỷ luật. Nghề bán hàng giúp ta gặp gỡ với nhiều người, làm việc với nhiều phong cách khác nhau và qua đó, rèn luyện được khả năng tổ chức và hòa nhập.

HÀNG GHẾ SỐ 6

NHỮNG PHẨM CHẤT CẦN THIẾT TRONG NGHỀ

Chỉ cần đứng trông ở quầy hàng, tính tiền hàng khách mua, giao hàng, ghi hóa đơn (nếu cần), bỏ tiền vào tủ khóa lại. Nhiều người nghĩ rằng như vậy đã là một nhân viên bán hàng. Và nếu vậy, hầu như bạn chẳng cần chút năng khiếu nào cả.

Nhưng người bán hàng thực thụ hoàn toàn không phải vậy. Qua những hàng ghế phía trên, bạn đã phần nào hiểu về bản chất và đặc trưng công việc của người bán hàng. Đây là một nghề nghiệp bắt đầu tưởng rất dễ, nhưng lại cần nhiều phẩm chất để thành công, đạt đến vị trí cao trong nghề. Không ít phẩm chất trong đó thuộc về tố chất bẩm sinh, về cái mà chúng ta vẫn thường gọi là năng khiếu. Tuy nhiên, chúng ta đều biết rằng yếu tố học tập, trau dồi, chăm chỉ và nỗ lực vẫn luôn là chìa khóa vàng dẫn đến thành công của nghề nghiệp.

Bạn có phải là người hướng ngoại?

Hãy thử cùng điểm xem bạn có thuộc nhóm những người:

* Dễ dàng biến một người không quen thành bạn bè, thích thú với việc gặp và xây dựng

mối quan hệ tốt với những người bạn mới. Không ngại dùng điện thoại để hẹn với một người không quen biết.

* Có thể thu hút sự chú ý và lôi cuốn những người không quen khi ở chỗ đông người.

* Thích thuyết trình bảo vệ ý kiến của mình.

* Tự tin khi mặc đẹp trong các dịp lễ tết. Luôn tươi cười và lạc quan ngay cả khi gặp những chuyện tồi tệ nhất.

v.v...

Bạn có yêu thích kinh doanh, thích thử thách và hoàn cảnh mới?

Người bán hàng là một mắt xích quan trọng trong thương mại. Bởi vậy, nghề nghiệp này chỉ dành cho những bạn trẻ yêu thích kinh doanh, thích thử thách và những hoàn cảnh mới.

Nếu căn cứ trên quan niệm về người bán hàng truyền thống trong thập niên 1980 hay những năm đầu 1990, bạn muốn một công việc chỉ phải đứng an nhàn trong các quầy hàng và lựa chọn nghề bán hàng thì bạn hoàn toàn sai lầm. Bán hàng ngày nay không phải là chờ đợi khách đến mà là chủ động tìm kiếm, thuyết phục khách hàng, nghiên cứu thị trường, đối thủ cạnh tranh...

Bạn thường nghe: "Thương trường là chiến trường". Cuộc cạnh tranh cam go giữa các doanh

nghiệp ngày nay thể hiện rõ rệt nhất trên phương diện bán hàng. Bản thân chặng đường của người bán hàng đã là một đường đua khốc liệt.

Hãy nhớ lại câu chuyện về những người bán hàng của hãng Airbus mà chúng tôi đã kể với các bạn. Đó là tấm chân dung chân thực, với đủ mồ hôi và nước mắt nhưng vinh quang của người bán hàng trong thời hiện đại.

Bạn có phải là người nhiệt tình, biết lắng nghe, biết thuyết phục, bình tĩnh và tự tin?

Sẽ rất tuyệt vời nếu một người bán hàng có khiếu ăn nói, biết nói "đến con kiến trong lỗ cũng phải bò ra", biết khiến khách hàng thấy "ngọt tai". Nhưng quan trọng hơn, để giữ khách ở lâu hơn với bạn là thái độ chân thành, biết lắng nghe và chia sẻ để tìm ra những sản phẩm đáp ứng tốt nhất nhu cầu, mong muốn của khách.

Mỗi ngày, người bán hàng tiếp xúc với rất nhiều khách khác nhau và không ít trong số đó là những vị khách khó tính, thậm chí khó chịu. Họ có thể hỏi rất nhiều, căn vặn rất nhiều, nghi ngờ bạn hay đưa ra một loạt nhận xét khiến bạn khó chịu. Nếu một người bán hàng không có "cái đầu thật lạnh" để vẫn bình tĩnh nở nụ cười tự tin mà lại "nổi đóa" lên, đó sẽ là thảm họa với cửa hàng, doanh nghiệp và công việc của chính người bán hàng ấy.

Và cuối cùng, bạn có sức khỏe tốt?

Đọc những mục thông tin tuyển dụng nhân viên bán hàng, bạn sẽ thường xuyên gặp những dòng yêu cầu đại loại như: *Sức khỏe tốt, có khả năng chịu áp lực công việc.*

Công việc bán hàng vất vả, phải đứng nhiều hoặc đi nhiều, nói nhiều... Bước chân vào nghề nghiệp này cũng có nghĩa là bạn chấp nhận công việc căng thẳng, không làm theo giờ hành chính, thường xuyên bị "vi phạm" các ngày lễ tết, ngày nghỉ... Dù đam mê đến đâu, không có sức khỏe dẻo dai, bạn sẽ rất khó trụ lại với nghề.



Với những tố chất phù hợp và đam mê nghề nghiệp, bạn hãy chủ động xây dựng cho mình hình ảnh một người bán hàng chuyên nghiệp từ bây giờ:

* Yêu thích công việc, sẵn lòng làm việc hết mình, làm thêm giờ để đạt doanh thu cao nhất.

* Luôn niềm nở, lịch thiệp, chu đáo với mọi khách hàng. Quan tâm và có thiện chí với mọi góp ý của khách hàng, biết nhận lỗi về mình.

* Thao tác bán hàng nhanh gọn và đẹp mắt.

* Có hiểu biết rộng và kiến thức sâu về sản phẩm mà mình bán. Có ước muốn và nỗ lực để thành công.

* Làm việc nhiệt tình, vui tươi, giàu cảm hứng. Có cái nhìn lạc quan về mọi vấn đề trong cuộc sống cũng như công việc .

* Sử dụng thời gian một cách khoa học, theo kế hoạch đã xác định trước.

* Có khả năng trình bày gãy gọn, thuyết phục, biết đặt câu hỏi và lắng nghe.

* Có đủ sức khoẻ thể chất và tinh thần cho công việc bán hàng nặng nhọc.

* Kiên nhẫn, chịu khó. Người bán hàng càng nhận thức đúng đắn vai trò và nhiệm vụ của họ bao nhiêu thì cách xử sự của họ càng chuyên nghiệp bấy nhiêu. Hiểu rõ sản phẩm và tự tin vào kiến thức

của bản thân sẽ khiến công việc bán hàng trở nên lý thú, đáng chờ đợi, nhất là khi khách hàng mỉm cười, khen ngợi và quay lại nhiều lần.

Ngoài ra, để trở thành người bán hàng tốt, bạn hãy tự rèn luyện:

** Rèn luyện trong công việc*

Luôn tâm niệm: "Thất bại là mẹ của thành công". Thất bại trong công việc không đáng buồn; cái đáng buồn là không thể rút ra kinh nghiệm từ sự thất bại ấy. Đặc biệt trong nghề bán hàng, việc nhận được những cái lắc đầu từ chối của khách hàng là chuyện bạn sẽ gặp thường ngày.

Muốn thu được kinh nghiệm, người bán hàng phải luôn tìm tòi trau dồi và học tập người khác để có nhiều thông tin và kiến thức hơn (cả về sản phẩm, khách hàng, cạnh tranh... và các kiến thức xã hội khác).

** Rèn luyện kỹ năng ứng xử*

Một trong những yếu tố quyết định cho một lần giao dịch thành công là khả năng tạo thiện cảm với khách hàng. Điều này lại phụ thuộc vào khả năng giao tiếp và ứng xử của người bán hàng. Nhiều doanh nghiệp yêu cầu nhân viên bán hàng phải rèn luyện được một nụ cười thân thiện, dễ chịu ngay trong năm giây đầu tiên giao tiếp bằng mắt với khách hàng.



Người bán hàng cần xây dựng những mối quan hệ thân tình với khách hàng, trở thành những người bạn thực sự của khách hàng. Hãy nhớ lại câu chuyện về "ông vua bán ô tô" Joe Girard cùng với 13 nghìn tấm thiệp mà Girard gửi đi mỗi năm tới các khách hàng của mình.

** Rèn luyện qua sách vở*

Các nghiên cứu đã chỉ ra rằng mỗi người thường chỉ có thể tư duy trong phạm vi hiểu biết của mình. Kiến thức của bạn càng rộng, bạn càng có khả năng ứng biến linh hoạt với những tình huống bất ngờ trong công việc.

Người bán hàng không chỉ học từ những bài học thực tế của bản thân, họ còn học từ những kiến thức sách vở đã được các chuyên gia đúc rút, những bài học kinh nghiệm về bán hàng, những điều tra về xu hướng thị trường v.v... được thông tin trên báo chí. Đọc sách báo để tìm kiếm kiến thức mới giúp giải quyết vấn đề mà bạn chưa làm được.

HÀNG GHẾ SỐ 7

HỌC NGHỀ BÁN HÀNG Ở ĐÂU?

Khi cạnh tranh trở nên gay gắt thì việc tuyển dụng những nhân viên bán hàng giỏi được các doanh nghiệp quan tâm hơn bao giờ hết. Với những sản phẩm tương đồng về cả chức năng lẫn giá cả, doanh nghiệp nào có nhiều người bán hàng giỏi sẽ có cơ hội thành công nhiều hơn.

Nhanh chóng nhận biết nhu cầu đó, các cơ sở đào tạo như các trường đại học, cao đẳng, đặc biệt là các trường dạy nghề đã và đang coi bán hàng là một nghề cần được đào tạo bài bản và đã có những chương trình chuyên biệt cho nghề này. Tùy vào điều kiện, khả năng, mong muốn của chính bạn, có rất nhiều hình thức đào tạo phù hợp.

Không ai sinh ra đã trở thành người bán hàng giỏi. Bạn hãy tham gia những khoá học để có nền tảng bền vững để đi trọn với đam mê nghề nghiệp của mình.

Lựa chọn trở thành một người bán hàng chuyên nghiệp, bạn có thể tìm đến khá nhiều địa chỉ đào tạo. *Trường Đại học Thương mại* có Khoa Kinh doanh Thương mại. Tại đây, bạn được cung cấp các kiến thức, được giúp phát triển các kỹ năng thương mại một cách hiệu quả, trong đó có

kỹ năng bán hàng. Bên cạnh đó, tất cả các trường giảng dạy về kinh doanh và quản trị kinh doanh đều có những chuyên ngành như thương mại, marketing... giúp người học có đủ kiến thức, kỹ năng cần thiết để bước vào nghề bán hàng.

Đặc biệt, một số trường như *Trường Đại học Kinh tế quốc dân* có nhiều trung tâm mở các lớp ngắn hạn đào tạo những kỹ năng bán hàng cơ bản như: Trung tâm Bồi dưỡng và Tư vấn Marketing, CFVG, Viện Quản trị kinh doanh... *Trường Đại học Kinh tế Tp. Hồ Chí Minh, Trường Đại học Cần Thơ...* cũng đều có những khoa và trung tâm tương tự.

Trường Cán Bộ Thương mại Trung ương, một cơ quan đào tạo cán bộ chuyên trách của ngành Thương mại có những lớp học chính quy đào tạo nhân viên bán hàng chuyên nghiệp như *Nhân viên bán hàng, Bán hàng Siêu thị* v.v... phục vụ nhu cầu của các doanh nghiệp trong nền kinh tế thị trường về đội ngũ nhân viên bán hàng chuyên nghiệp và hiện đại.

Ngoài ra, bạn cũng có thể tham gia những khoá đào tạo ngắn hạn tại một số công ty tư vấn tuyển dụng có tiếng như *Navigos Group* trên website http://vietnamworks.com, *Trung tâm đào tạo hướng nghiệp L&A, Trung tâm đào tạo và tư vấn Tâm Việt, Công ty cổ phần Unicom...*

HÀNG GHẾ SỐ 8

BẠN QUYẾT ĐỊNH

Đây là hàng ghế dành cho bạn, người lựa chọn toa tàu này. Bạn sắp bước vào một nghề nghiệp không hề nhàn hạ nhưng cũng đầy hấp dẫn và thách thức, một nghề "chinh phục lòng người". Bán hàng là một nghệ thuật, nó không chỉ cần hiểu biết mà đòi hỏi cả năng lực bẩm sinh và thái độ nghiêm túc, nhiệt tình, tận tụy với công việc.

Nếu bạn đã quyết định trở thành một "siêu bán hàng" trong tương lai, hãy bắt đầu ngay từ bây giờ, hãy mở rộng tất cả các giác quan, khối óc và con tim bạn để đón nhận nghề nghiệp.

Nhìn: Hàng ngày, bạn luôn tiếp xúc với những người bán hàng. Hãy quan sát công việc, tác phong của họ, tìm ra những điểm giống và khác nhau giữa các kiểu bán hàng.

Nghe: Hãy lắng nghe cách những người bán hàng giới thiệu về sản phẩm, giao tiếp với khách rồi đưa ra những nhận xét của riêng bạn.

Và hãy luôn phân tích, không quên ghi lại những điểm bạn thấy hay.

Theo quan niệm của cả phương Đông và phương Tây, số 8 là con số của sự nỗ lực và thành công. Chúc các bạn may mắn!!!

HÀNG GHẾ SỐ 9

BẠN MUỐN BIẾT

Chuyện vui nghề bán hàng

Bạn đã trải qua một hành trình khá dài qua thế giới của người bán hàng, hãy cùng thư giãn với một vài câu chuyện vui về nghề bán hàng.

Bán giày ở Châu Phi

Hai hãng sản xuất giày nọ đồng loạt cử nhân viên tới Châu Phi để tìm hiểu các phương hướng phát triển thị trường tại đây. Nhân viên của công ty thứ nhất sau khi xem xét đã gọi điện về "tổng hành dinh": "Không có hy vọng phát triển thị trường ở đây, vì người dân xứ này chỉ đi chân đất". Còn nhân viên công ty thứ hai thì hồ hởi điện về cho hãng của mình: "Hãy đến đây thật nhanh, vì đây là nơi lý tưởng để bán giày. Người dân ở đây chưa ai có giày để đi cả". Kết quả là công ty thứ hai lập tức lên kế hoạch phát triển thị trường ở châu lục này và đã thành công.

Bài học rút ra: Câu chuyện trên cho thấy cùng một sự việc nhưng hai người có hai cách nhìn nhận, đánh giá khác nhau. Người dân Châu Phi đi chân đất chỉ là một thói quen trong điều kiện kinh tế còn lạc hậu. Nếu coi đó là một yếu tố bất biến thì sẽ bỏ qua một thị trường đầy tiềm

năng như cách người thứ nhất đã làm. Ngược lại, nhận thấy thói quen đó có thể thay đổi cùng với sự phát triển của nền kinh tế như người thứ hai thì sẽ thành công. Đây là một câu chuyện kinh điển dạy bài học về phương pháp đánh giá thị trường.

Giải bài toán "Bán lược cho các nhà sư"

Một công ty muốn tuyển người bán hàng giỏi đã trao cho mỗi ứng viên 100 chiếc lược và đề nghị họ đưa đến các chùa để bán cho nhà chùa. Điểm oái oăm của đề bài này là ở chỗ, các sư sãi theo đạo Phật đều đã xuống tóc, không có nhu cầu dùng lược. Rất nhiều ứng viên ra đi và trở về với nguyên vẹn 100 chiếc lược.

Chỉ có duy nhất ba người bán được hàng:

- Người thứ nhất vừa vào đến chùa đã bị các vị sư mắng là đang tìm cách giễu cợt họ. Thuộc mẫu người bán hàng cổ điển, cần cù, nhẫn nại và kiên trì, anh cố gắng nằn nì thuyết phục các nhà sư mua lược. Cuối cùng, một nhà sư thương tình mua giúp anh ta một chiếc.

- Người thứ hai đi vãn cảnh một vòng quanh chùa, gió núi thổi mạnh làm tóc anh ta rối bời. Giữ nguyên mái tóc ấy, anh đến gặp vị sư trụ trì thưa chuyện: "Bạch thầy, trên núi cao gió thổi mạnh, thí chủ thập phương đến đây dâng hương mà tóc tai rối bù, e không thành kính trước cửa Phật. Xin

chùa chuẩn bị một vài chiếc lược để trước lúc dâng hương, các phật tử chải tóc cho gọn gàng". Nghe anh ta nói có lý, sư trụ trì đồng ý mua 10 chiếc lược đặt cạnh 10 cái lư hương của nhà chùa. Người bán hàng này được đánh giá là có năng lực quan sát, suy đoán mọi việc, dám nghĩ dám làm.

- Người thứ ba đi thẳng đến ngôi chùa lớn nhất trong vùng, quanh năm đông đúc, gặp thượng toạ trụ trì mà rằng: "Bạch thầy, chùa ta lớn nhất vùng này, thiết nghĩ cũng nên có chút tặng phẩm cho người làm việc thiện. Con có mang theo ít lược của công ty. Thấy có thư pháp hơn người, xin viết lên lược ba chữ "Lược tích thiện" làm tặng phẩm. Món quà này thật nhiều ý nghĩa".

Nhà chùa hứng thú mua 100 chiếc làm quà. Nhờ món tặng phẩm này mà một đồn mười, mười đồn trăm, dân chúng đổ về chùa dâng hương ngày càng đông, danh tiếng chùa ngày càng lừng lẫy và công ty ký được hợp đồng bán hàng nghìn chiếc lược cho nhà chùa. Ứng cử viên thứ ba này được tuyển thẳng làm phụ trách bán hàng vì có khả năng phân tích nhu cầu và tâm lý của đám đông, có ý tưởng sáng tạo và giải pháp cụ thể, mở ra một thị trường tốt cho sản phẩm.

Bài học rút ra: Ngoài việc phát hiện ra nhu cầu tiêu dùng tiềm năng của thị trường, người bán hàng giỏi còn phải là người tạo ra nhu cầu, kích

thích cho nó xuất hiện và phát triển để bán được càng nhiều hàng càng tốt.

Siêu bán hàng

Một anh chàng từ nông thôn ra thành phố xin được làm chân bán hàng tại cửa hàng bách hoá trung tâm, nơi đáp ứng mọi nhu cầu mua sắm trên đời.

Ông chủ hỏi anh ta:

- Anh đã có kinh nghiệm trong công việc này chưa?

- Rồi, thưa ông! Tôi từng bán hàng ở quê - Chàng trai đáp.

- Tốt! Cậu sẽ bắt đầu thử việc vào ngày mai và tôi sẽ đến kiểm tra kết quả công việc sau khi hết giờ làm.

Với chàng trai, ngày làm việc đầu tiên dài đằng đẵng và thật căng thẳng nhưng mãi rồi cũng tới 5 giờ chiều. Ông chủ xuất hiện và hỏi:

- Hôm nay cậu phục vụ được bao nhiêu khách hàng?

- Một. - Nhân viên bán hàng mới đáp.

- Mỗi một thôi à! - Ông chủ nổi giận - Hàng ngày, mỗi nhân viên của tôi phục vụ được 20 đến 30 khách hàng kia! Thế cậu bán được bao nhiêu tiền?

- Ba trăm nghìn đôla, thưa ông.

- Thế quái nào mà cậu bán được nhiều như vậy? - Ông chủ ngạc nhiên.

Chàng trai giải thích:

- Ông khách đó vào cửa hàng và tôi bán cho ông ta một lưỡi câu nhỏ, rồi một lưỡi câu vừa và cuối cùng là một lưỡi câu cỡ đại. Tiếp đó, tôi bán cho ông ta một sợi dây câu nhỏ, một sợi vừa và một sợi lớn. Tôi hỏi xem ông ta câu cá ở đâu và vị khách đáp: "Ở bờ biển". Tôi gợi ý ông ta nên



mua một chiếc xuồng câu rồi đưa ông tới bộ phận bán thuyền, thuyết phục ông mua một xuồng cao tốc dài 7 mét gắn 2 động cơ. Chiếc Wolkswagen của ông ấy không kéo nổi cái xuồng nên tôi bán cho ông... một chiếc Land Cruiser Deluxe nữa.

Bài học rút ra: Bán hàng không chỉ là bán cái mà khách hàng nghĩ là họ cần, mà còn phải thuyết phục họ mua cái mà mình nghĩ là họ cần. Đó là nghệ thuật khai thác sở thích tiềm năng của khách hàng.

Công việc nào cũng nên có những ý tưởng đột phá

Nghề bán hàng không chỉ đơn thuần là giới thiệu hàng cho khách đến mua, nhận tiền mà còn phải nâng lên tầm tư duy cao hơn, nhìn xa trông rộng hơn, đó là luôn cùng với đồng nghiệp suy nghĩ những phương cách tốt nhất để thúc đẩy bán hàng.

Tom Peters - một bậc thầy về quản lý, từng có câu nói nổi tiếng:

"Nếu nhốt chung một đám ong và ruồi vào một cái chai, đặt chai nằm nghiêng và quay đáy chai ra cửa sổ, thì những con ong sẽ chen nhau bay ra hướng "đúng" - phía có ánh sáng, và rốt cục sẽ cùng nhau chết, trong khi đó những con ruồi sẽ "chẳng cần suy nghĩ nhiều" mà bay tán loạn khắp nơi và cuối cùng sẽ tìm được lối ra".

Những con ong thông minh hơn nên chúng thường làm mọi việc theo cách "đúng". Còn "những con ruồi" thường thử tất cả những gì nó gặp phải và thường tìm được những giải pháp mang tính đột phá.

Chính vì vậy mà Steve Haiden – đồng tác giả quảng cáo nổi tiếng cho nhãn hiệu Apple Computer được tung ra thị trường năm 1984 đã nhiều lần nói rằng: "*Thà có 20% ý tưởng vĩ đại, còn hơn là có 100% ý tưởng xoàng xoàng*". Đằng sau mỗi giải pháp độc đáo luôn là một con người độc đáo.

Còn bạn, bạn có sẵn sàng tạo nên những bước đột phá để không yên phận làm một người bán hàng bình thường không tên tuổi, với doanh số không ấn tượng không?

Bí quyết của nhân viên bán hàng thương hiệu Starbucks

Là một thương hiệu nổi tiếng trên thế giới, nhưng Starbucks lại không đi theo lối mòn của các công ty lớn khác là quảng cáo rầm rộ thương hiệu của mình ở khắp mọi nơi. Tổng giám đốc Starbucks khu vực Châu Á – Thái Bình Dương, Pedro Man đã đào tạo các nhân viên bán hàng trong quán trở thành chính những nhà tư vấn, tiếp thị trực tiếp sản phẩm của hãng.

Cứ theo thông lệ hàng tuần, nhân viên tại các quán Starbucks có một buổi học đặc biệt để... nếm thử cafe, phát biểu cảm tưởng và trình bày lại công việc tư vấn, tiếp thị khách hàng đối với sản phẩm của hãng tuần vừa qua.

Trước khi về làm cho Starbucks, Man chỉ thỉnh thoảng uống cafe kèm kem và đường, nhưng nay anh thường xuyên uống cafe đen bởi "thưởng thức cafe nguyên chất mới đem lại hương vị thực sự của nó". Sinh trưởng trong một gia đình có nhà hàng tại Hồng Kông, Man nhận ra sự tương đồng giữa các nhà hàng truyền thống Trung Quốc với các quán Starbucks. Đó chính là khách hàng phần lớn lựa chọn thực đơn thông qua sự tư vấn của người bán hàng, chứ không phải do tác động của các quảng cáo. Man đặt ra nhiệm vụ đào tạo các nhân viên của quán Starbucks phải hiểu biết nhiều về cafe như là những nhân viên nhà hàng Trung Quốc hiểu về dim sum (các món ăn sáng) của họ vậy.

Mọi thành viên, nhân viên của Starbucks đều phải tiếp khách bằng sản phẩm của hãng. Để khuyến khích nhân viên nâng cao kiến thức, Man còn đưa ra các cuộc thi để nhân viên các cửa hàng thi nhau tìm hiểu về sự khác biệt của hương vị cafe của từng địa phương, khu vực. Sau những nỗ lực đào tạo và khuyến khích nhân viên này, Man nhận

định: "Nếu chúng ta tư vấn thành công sản phẩm của công ty tới khách hàng, họ sẽ trở thành những "nhà ngoại giao" cho thương hiệu của công ty"

(Theo báo *Diễn đàn Doanh nghiệp*)

Bảy điều nên tránh khi gặp khách hàng

1. Phớt lờ khách hàng

Phớt lờ khách hàng được coi là yếu tố phá hoại hoạt động kinh doanh "hiệu quả" nhất. Do vậy, khi có khách hàng gọi, bạn cần có phản ứng ngay lập tức bằng ánh mắt, nụ cười, hoặc nói trực tiếp với họ để thể hiện sự lịch sự, mối quan tâm và để tạo dựng mối quan hệ tốt với khách hàng.

2. Tranh cãi với khách hàng

Ngay cả khi bạn đúng 100% thì việc tranh cãi với khách hàng cũng vẫn làm bạn thua thiệt. Bất luận đúng - sai, tranh luận gay gắt chỉ khiến khách hàng cảm thấy bị xúc phạm và họ sẽ khó có thể tiếp tục đến với doanh nghiệp của bạn. Bạn không chỉ mất khách hàng đó, mà còn có thể mất cả nhiều bạn bè và người quen của họ.

3. Nhai kẹo cao su khi giao tiếp với khách hàng

Việc nhai kẹo cao su khi tiếp xúc với khách hàng cho thấy bạn thiếu lịch sự, thiếu tôn trọng mọi người và thiếu tính chuyên nghiệp trong công việc. Tương tự, bạn cũng không nên hút thuốc trong các cuộc tiếp xúc này.

4. Không sử dụng những cụm từ phủ nhận như "tôi không biết", "đó không phải là việc của tôi", tôi không thể giúp gì được ông/bà"...

Thay vào đó, bạn cần nhanh chóng tìm ra lời đáp có trách nhiệm hơn và tìm giải pháp cho họ. Đừng bao giờ nói với mọi người về những khó khăn của mình, bởi hầu hết khách hàng không quan tâm đến việc đó của bạn.

Những lời đáp "thiếu tính xây dựng" như vậy chỉ khiến cho họ nghĩ bạn mới học việc, hoặc tệ hơn là sản phẩm mà công ty bạn cung cấp thật là nghèo nàn và đáng chán.

5. Thể hiện sự ngạo mạn, bất cần khách hàng

Sự ngạo mạn, thái độ bất cần không làm khách hàng nể trọng bạn, mà ngược lại, họ chỉ thấy khó chịu và tất nhiên họ sẽ không muốn đến với bạn nữa. Khách hàng luôn muốn được tôn trọng và đề cao.

6. Để khách hàng chờ đợi hoặc lỡ hẹn với khách hàng

Đây là điều tối kỵ với người bán hàng. Trong trường hợp bất khả kháng, bạn cần xin lỗi kịp thời và đưa ra những lý do thỏa đáng để khách hàng thông cảm. Nguyên tắc cơ bản trong kinh doanh là tôn trọng thời gian của khách hàng để đảm bảo sự gắn bó lâu dài với họ.

7. Đưa ra những chính sách và quy định cứng nhắc

Nhiều chính sách có thể được sửa đổi, điều chỉnh cho phù hợp với những tình huống khác nhau. Yếu tố quan trọng tạo thành công cho doanh nghiệp là khả năng "linh hoạt" trong chừng mực có thể. Đừng tạo cho khách hàng cảm giác bạn tìm cách gây khó dễ cho việc mua hàng của họ.

(Theo Báo Đầu tư*)*

Phân loại khách hàng

Khách hàng ngày nay luôn thường trực rất nhiều đòi hỏi. Họ muốn được biết đến và được tôn trọng, muốn được đối xử nhã nhặn và được nghe những lời cảm ơn. Họ muốn bạn biết rằng: họ đã tiêu tiền và giúp bạn duy trì, phát triển hoạt động kinh doanh của bạn.

Khách hàng ngày nay so sánh các cửa hàng với nhau, xem xét kỹ những sản phẩm/dịch vụ, đọc cẩn thận các dòng chữ trên nhãn mác, và đưa ra rất nhiều những câu hỏi.

Các nghiên cứu cho thấy 70% người tiêu dùng từ chối mua sản phẩm/dịch vụ vì nhà sản xuất đã không chú ý hoặc phớt lờ nhu cầu của họ, 15% do thất vọng về sản phẩm/dịch vụ và chỉ có 10% là vì giá cả. Sự thay đổi nhanh chóng trên thị trường đã buộc các công ty kinh doanh phải lấy khách hàng

làm trọng tâm cho mọi hoạt động của mình. Nhất là khi sản phẩm/dịch vụ của bạn không khác mấy so với sản phẩm/dịch vụ tương tự của các đối thủ cạnh tranh, thì sự khác biệt nằm trong chiến lược xây dựng quan hệ với khách hàng.

Rất nhiều công ty không thể hiểu được tại sao với một kế hoạch cực kỳ hấp dẫn lại không làm sao thu hút được sự chú ý của những khách hàng tiềm năng, giữ họ sử dụng sản phẩm/dịch vụ của mình lâu dài và cuối cùng biến họ thành những khách hàng trung thành. Đó có thể do họ chưa phân loại khách hàng đúng cách. Mỗi chiến dịch marketing, bán hàng sẽ chỉ hướng đến một đối tượng khách hàng nhất định với những tính cách, đặc điểm riêng thì mới có thể thành công.

Người tiêu dùng hiện đại có thể chia ra làm năm loại: khách hàng tiềm năng (những người có thể sẽ quan tâm đến sản phẩm/dịch vụ của bạn), người đến thăm (những người đã có ít nhất một lần ghé qua công ty/cửa hàng của bạn), người mua hàng (những người đã từng mua sản phẩm/dịch vụ của bạn); khách hàng thường xuyên (những người mua đều đặn sản phẩm/dịch vụ của bạn), khách hàng trung thành (những người không những chỉ mua đều đặn sản phẩm/dịch vụ mà còn kể với tất cả những người xung quanh rằng sản phẩm của bạn thật tuyệt vời).

GÓC CHIA SẺ



Với cuốn cẩm nang nho nhỏ này trong tay, các bạn đã hiểu rõ hơn về một nghề nghiệp hấp dẫn trong xã hội. Có thể bạn sẽ dừng chân ở đây, cũng có thể bạn quyết định dời sang "toa tàu" khác. Nếu bạn còn lưỡng lự và cần những chỉ dẫn hay những thông tin chi tiết hơn, hãy liên hệ với chúng tôi. **Tủ sách hướng nghiệp - Nhất nghệ tinh** luôn mở rộng chào đón và sẵn sàng giải đáp thắc mắc của các bạn.

Đặc biệt, mỗi câu hỏi của các bạn là tư liệu quý báu, giúp những người tham gia xây dựng tủ sách, cải tiến, nâng cấp để tủ sách ngày càng hấp dẫn, thiết thực và hiệu quả hơn. Vì vậy, chúng tôi cũng rất mong nhận được ý kiến đóng góp, chia sẻ của quý vị phụ huynh, các thầy cô giáo và những ai quan tâm đến công tác hướng nghiệp cho thế hệ trẻ - tương lai của đất nước.

Xin liên hệ theo địa chỉ:

Tủ sách hướng nghiệp - Nhất nghệ tinh

Nhà xuất bản Kim Đồng, 55 Quang Trung, Hà Nội.

Email: kimdong@hn.vnn.vn

Nếu bạn viết thư, hãy gửi kèm phong bì ghi rõ địa chỉ của bạn nhé. Chúng tôi sẽ dùng nó để chuyển câu trả lời đến với bạn.

CHUYÊN GIA KHUYÊN BẠN

Nhằm giúp các bạn tìm được cho mình một phương pháp hợp lý trong việc tiếp cận và lựa chọn nghề nghiệp, Góc chia sẻ sẽ liên tục giới thiệu tới bạn những lời khuyên của các chuyên gia tư vấn hướng nghiệp hàng đầu thế giới.

Làm thế nào để thành công trong năm học lớp 12?

Bạn đã là học sinh lớp 12? Những áp lực của năm học cuối cấp đang đè nặng lên bạn? Làm thế nào để "sống sót" qua khoảng thời gian trọng đại này? Dưới đây là ý kiến của các chuyên gia hướng nghiệp:

Bạn là ở đâu trong các nhóm sau?

GS. Michael Carr-Gregg (Australia) là một nhà tâm lý vị thành niên nổi tiếng và có rất nhiều kinh nghiệm trong công tác hướng nghiệp. Trong cuốn sách "Sống sót qua năm lớp 12 - Cẩm nang dành cho học sinh và các bậc phụ huynh", Michael Carr-Gregg đã chia học sinh năm cuối cấp thành 4 dạng:

- **Những nhà hoạch định tài ba:** là những bạn biết rõ điều mình muốn làm. Một số bạn trẻ, do những trải nghiệm đầu đời và ảnh hưởng tích cực từ phía cha mẹ, đã sớm phát triển một sở thích cháy bỏng và ham muốn theo đuổi một nghề nghiệp đặc biệt. Từ khi còn nhỏ họ đã bắt đầu xác định những thứ mình cần phải làm như những khóa học hay bằng cấp nào là cần thiết và dành nhiều thời gian để tìm hiểu về lĩnh vực đó, thu thập kinh nghiệm làm việc.

- **Thế hệ lặp lại:** những người chịu áp lực phải làm những việc mà cha mẹ cho là thích đáng. Họ không chắc chắn con đường họ muốn theo đuổi nhưng cha mẹ họ nghĩ rằng mình biết điều gì là tốt nhất cho bọn trẻ. Các bậc cha mẹ quyết định đứa con trai hay con gái của mình nên trở thành một luật sư, bác sĩ, thợ sửa ống nước hay bất kì thứ gì. Những bạn trẻ này cảm thấy gánh nặng to lớn của những kì vọng như vậy đè lên vai và cảm thấy phải có bổn phận nghe theo những yêu cầu của cha mẹ. Năm học cuối cùng của họ là cố gắng thực hiện kì vọng của người khác.

- **Những người mông lung:** những người không biết chút nào về việc họ muốn làm và cảm thấy tối tệ với điều đó. Những bạn trẻ này luôn thấy năm cuối cấp chỉ toàn khó khăn và chả có gì thú

vị, phải đối mặt mỗi ngày trôi qua trong một lăng kính vạn hoa đầy ắp sự hỗn loạn và tuyệt vọng.

- **Nhóm trì hoãn:** những người không biết mình cần làm gì và vẫn thấy thoải mái với điều đó. Theo họ, mỗi người vào đời theo một con đường riêng, và không biết chính xác bạn muốn làm cái gì thì cũng dễ chịu thôi. Họ thường để thời gian cho tự nhiên lấn lướt.

Vậy giải pháp là gì?

Sau 12 năm trên ghế nhà trường, viễn cảnh phải bước chân vào đời có thể trở thành một mối e ngại với nhiều học sinh cuối cấp. Bạn nên nghĩ về điều bạn thực sự muốn làm trước khi đưa ra bất kì quyết định chắc chắn nào. Mỗi người đều là độc nhất: điều một người xác định được ngay từ năm 19 tuổi có thể một vài người khác mất cả chục năm để nhận ra. Trường đại học, cao đẳng, trung cấp hay trường dạy nghề..., tất cả là do sự lựa chọn của bạn.

10 chìa khóa mở cánh cửa thành công lớp 12

1. Xác lập mục tiêu rõ ràng, thiết lập một lịch trình - đặt riêng ra khoảng thời gian mỗi ngày để học bài, ôn tập và gắn chặt với nó. Lập thời gian biểu để bạn có thể lên kế hoạch bao quát toàn bộ các môn học một cách có tổ chức, phân phối thời gian hợp lý cho từng môn mà không bị quá tải.

2. Không học quá khuya hay triền miên. Cứ khoảng một tiếng, bạn nên dành cho mình 15 phút nghỉ giải lao.

3. Tự chăm sóc bản thân: ăn uống đúng cách, ngủ đủ mỗi đêm. Luyện tập cơ thể thường xuyên khiến bạn thấy thoải mái, kích thích năng lượng và giúp bạn thư giãn. Vì vậy hãy cố giữ các hoạt động thể thao thường xuyên hay chí ít tập vài bài tập cơ bản. Giấc ngủ là một trong những trợ thủ đắc lực nhất cho học tập (hãy thử ghé thăm trang web www.thesleepsite.com/hygiene2.html)

4. Tìm ra cách học tập hiệu quả nhất của riêng mình bởi mỗi người một khác! (Hãy ghé thăm các trang web: www.engr.ncsu.edu/learningstyles/ilsweb.html;

www.howtolearn.com/lsinventory_student.html; ub-counseling.buffalo.edu/stressprocrast.shtml; www.beyondblue.org.au/

Trắc nghiệm quản lí thời gian:

www.ucc.vt.edu/stdysk/TMInteractive.html)

5. Có sự đa dạng trong chương trình học tập: học những môn học khác nhau mỗi ngày, làm các dạng bài và ôn tập khác nhau trong mỗi phần học.

6. Tránh mất tập trung. Có đầy đủ những dụng cụ tư liệu học tập cần thiết trước khi bắt đầu học để giảm thiểu sự xao lãng.

7. Tự kiểm tra những gì vừa học. Nhờ cha mẹ, anh chị em, bạn bè... hỏi những gì bạn vừa học được.

8. Đừng quá lo âu khi đến giờ thi, nhớ rằng đó là cơ hội để thể hiện cao nhất khả năng của bạn. Hãy hỏi thày cô giáo để được chỉ dẫn thêm.

9. Chủ động lên kế hoạch và trao đổi xem cha mẹ bạn có thể giúp bạn cùng vượt qua năm cuối cấp như thế nào.

10. Tự thưởng cho bản thân. Hãy xem chương trình truyền hình mà bạn thích, dành thời gian đi dạo với bạn bè hay vào công viên chơi thể thao.

KHUYẾN CÁO

Nhân sâm (hay bất kỳ thảo dược bổi bổ nào khác) chỉ nên được sử dụng với hướng dẫn của bác sĩ. Tránh xa các loại đồ uống tăng lực trước khi học bài hay kiểm tra - chúng chỉ đem đến gas và khiến bạn bồn chồn căng thẳng. "Bộ não khỏe" không tự nhiên mà có trong những năm cuối cùng ở trường học. Bạn cần phải biết đầu tư để có được nó!

Và nhớ rằng:

Đôi khi chúng ta xây dựng nên quá nhiều sự thái quá về năm học cuối cấp trong khi ta cần phải đặt nó vào bối cảnh của nhiều yếu tố khác nữa. Năm lớp 12 là những năm tháng quan trọng trong đời, nhưng không phải là quan trọng nhất. Đó chỉ là một bước trong

sự nghiệp học tập và mặt trời, mặt trăng cùng các vì sao cũng chẳng vì thế mà quay mòng mòng quanh những thứ xảy ra ở giai đoạn đó. Các bạn học sinh cần phải chuyên chú tập trung, kỉ luật và làm việc chăm chỉ nhưng cũng nên hiểu rằng họ vẫn là một phần trong tập thể, không nên tự biến mình thành một kiểu thày tu từ bỏ những bổn phận trách nhiệm thường nhật của mình.

Cuối cùng:

CHÚC CÁC BẠN MAY MẮN!!!

9 gợi ý với các bậc cha mẹ

1. Cha mẹ không thể học thay cho con.

2. La rầy và chê bai của cha mẹ là nhân tố lớn gây stress cho các em học sinh.

3. Không nhắc nhở con cái rằng cả cuộc đời chúng phụ thuộc vào những năm học này.

4. Không nên nhắc nhiều và quá cặn kẽ với con cái về những thâm hụt tài chính cha mẹ đã bỏ ra cho việc học của các em. Không nói về điểm số xuất sắc mà cha mẹ hay anh chị các em đã đạt được.

5. Trao đổi thẳng thắn với các em về điều cha mẹ kỳ vọng và thực sự lắng nghe các em.

6. Hỏi xem cha mẹ có thể giúp được gì (nhưng đừng quá thường xuyên).

7. Tổ chức kỷ niệm việc qua năm học lớp 12 cho con mình trước khi kết quả thi tới.

8. Thành công thực sự không nhất thiết là phải giành được một chỗ trong trường đại học.

9. Giúp các em giữ thăng bằng và tổ chức tốt.