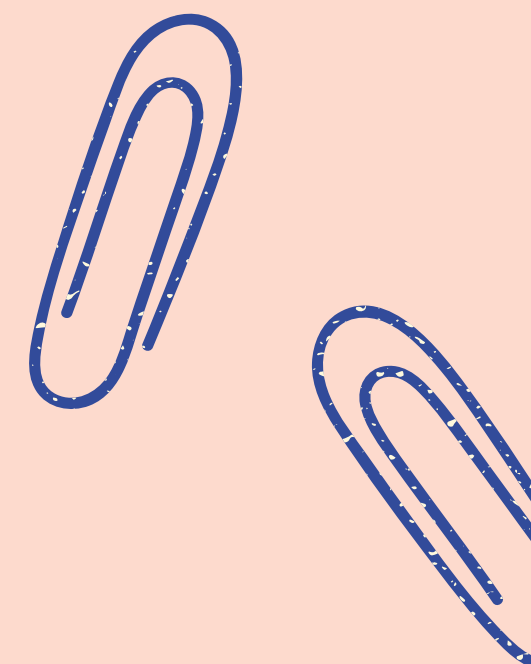


QUY TRÌNH BÁN HÀNG CHỦ ĐỘNG TRÊN PROFILE



Lời nói đầu

Một câu hỏi đặt ra là: "Nếu ngày mai bạn bán hàng, bạn sẽ làm gì?"

Cửa hàng, nhà kho, nhân viên,...quá nhiều thứ để bạn có thể chuẩn bị ngay lập tức. Vậy trong thời gian đó, sao không thử tận dụng phương thức bán hàng qua trang cá nhân Facebook?

Không phải ngành nghề nào cũng có thể làm thương hiệu cá nhân và không phải ai cũng có thể làm THCN thành công. Nhưng nếu định hướng và có phương pháp phù hợp, Profile Facebook sẽ là kênh Marketing và bán hàng hiệu quả cho sản phẩm và thương hiệu của bạn.



**CÓ 2 DẠNG BÁN HÀNG:
BÁN HÀNG CHỦ ĐỘNG VÀ BÁN
HÀNG THỤ ĐỘNG**

**Đợi khách hàng đến
hay chủ động
tìm kiếm
khách hàng?**





BÁN HÀNG THỤ ĐỘNG

Trực Website, trực Hotline, trực Fanpage, trực Profile của sếp,...

=> Không cần tìm mà khách hàng sẽ tự đến và kết nối với mình

=> Chốt khách là xong.



BÁN HÀNG CHỦ ĐỘNG

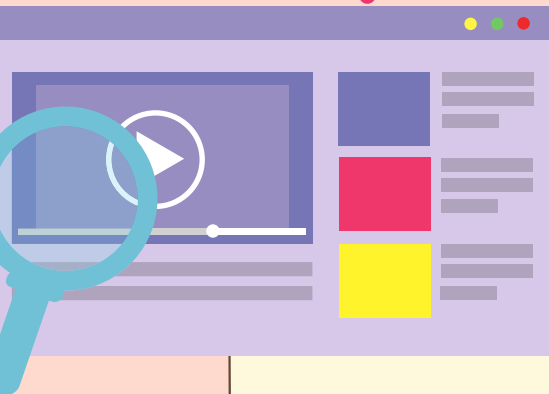
Tự đi tìm kiếm khách hàng. Tự kết nối với khách hàng. Tự tạo ra nền tảng hứng lead của riêng mình.

=> Sống bằng nội lực bản thân, không phụ thuộc ai cả.

=> Cách này khá khó chơi!!!!

VÌ SAO NÊN BÁN HÀNG TRÊN PROFILE VÀ XÂY DỰNG THCN???





Vì sao nên bán hàng trên Profile???

- ① Vì nó Free
- ① Mang tính cá nhân hóa
Ví dụ: Nói chuyện với KH trên Website họ sẽ không thể biết được mình là ai.
- ① Tiết kiệm tiền quảng cáo (So với Fanpage)
- ① Tiết kiệm nguồn lực (Thay vì thuê nhân viên trực Web, Fanpage,...)
- ① Tạo tương hiệu cá nhân => Mọi người nhớ đến mình
- ① Gom khách hàng về một mối => Dễ dàng chăm sóc và chốt Sale
- ① Tạo ra nhiều giá trị khác không chỉ là bán hàng.
- ① Là tiền đề phát triển nhiều kênh Marketing khác.

BÀI TOÁN SO SÁNH

Như vậy, 1 profile cá nhân mỗi tháng tiết kiệm được hàng chục triệu tiền Quảng cáo mỗi tháng.

CHẠY QUẢNG CÁO FACEBOOK ADS

- Bỏ 1 triệu => Tiếp cận 2000 – 3000 người (Trung bình)
- Bỏ 10 triệu => Tiếp cận 30.000 – 50.000 người.

SỬ DỤNG PROFILE

- Đăng 1 bài viết có giá trị trong Group
=> Tiếp cận 50.000 người
=> Nhanh chóng nhận diện được bạn là ai.
- Profile kết bạn full 5000 (Tốn tầm 25-30 ngày, nhanh hơn thì khoảng 15-20 ngày)
=> Đăng 1 bài bất kỳ => Tiếp cận được 1000-2000 bạn bè trong Profile (Trường hợp Reach tốt).

Xây dựng THCN để làm gì???

- ① Tạo uy tín riêng, ảnh hưởng nhất định trên mạng xã hội.
- ① Nhận diện thương hiệu cá nhân
=> Gắn liền với hình ảnh thương hiệu doanh nghiệp => Branding thương hiệu.
- ① Dễ dàng Upsell, bán chéo, bán thêm các sản phẩm khác.
- ① **Và quan trọng là phải có cách thức bán hàng đúng đắn chứ không phải chỉ suốt ngày đăng bài spam, bán hàng.**

**Bán hàng cá nhân cần
chuẩn bị những gì?**



3 VẤN ĐỀ QUAN TRỌNG CẦN CHUẨN BỊ



**Định vị
"Phong cách
trang cá nhân"**



**Hiểu rõ bản
chất của bán
hàng Profile**



**Chuẩn bị lượng
kiến thức xoay
quanh sản phẩm**

ĐỊNH VỊ PHONG CÁCH TRANG CÁ NHÂN

Vì đây là phương thức bán hàng không tốn tiền
=> Bỏ rất nhiều công sức, kèm theo sự sáng tạo, tư duy và đòi hỏi cá nhân đó phải có nhiều kiến thức.

Đặc điểm của việc bán hàng trên trang cá nhân đó chính là "**xây dựng thương hiệu cá nhân**" **BẰNG CONTENT**, vậy, trước khi xây dựng thương hiệu cá nhân thì mình phải hiểu "các kiểu định vị thương hiệu cá nhân" để biết được mình có thể đăng dạng Content nào cho phù hợp.

DẠNG CONTENT PHÙ HỢP ĐỂ ĐỊNH VỊ PHONG CÁCH TRANG CÁ NHÂN

- Các chuyên gia thì định vị mình là "người chia sẻ kiến thức"
- Các người bán hàng thì định vị mình là "người bán hàng tận tâm, luôn vì khách hàng"
- Những người bán mỹ phẩm trắng da thì định vị mình là "tôi đẹp, tôi chia sẻ **BÍ QUYẾT** làm đẹp"
-

VẬY BẠN ĐỊNH VỊ MÌNH LÀ AI??

Người chia sẻ

Người hỗ trợ

Người thúc đẩy

Người nhiệt huyết

Người thành đạt

Người thích khoe khoang

=> Mỗi một kiểu người đều có nhiều dạng Content, Chủ đề phù hợp để đăng.

=> Đăng các dạng content liên tục sẽ khiến cho mọi người cảm thấy mình chính là “Con người” mà mình đang muốn xây dựng.

=> Cần định vị thương hiệu cá nhân (hoặc xem coi ai trên thị trường đang làm hay, họ là dạng người gì, thì mình học theo).

HIỂU RÕ BẢN CHẤT CỦA BÁN HÀNG PROFILE

Rất nhiều người hiểu lầm rằng, bán hàng Profile là cứ kết nối thật nhiều người, sau đó đăng bài bán hàng liên tục là có thể bán được hàng nhưng cuối cùng thì có 5000 bạn đăng bài lên thì cũng chẳng có bao nhiêu tương tác. Vì vậy, cần hiểu rõ 2 bản chất



TẠO NIỀM TIN



**TẠO VÀ CHIA SẺ GIÁ
TRỊ CHO NGƯỜI DÙNG**

=> Người dùng sẽ tin tưởng chúng ta và tiếp theo đó là tin tưởng sản phẩm mà chúng ta bán.

=> Chuyển đổi từ “người không biết gì về mình” trở thành 1 người “tin tưởng mình” thì nó phải có quy trình các bước và thời gian.

CHUẨN BỊ LƯỢNG KIẾN THỨC XOAY QUANH SẢN PHẨM

Kiến thức của bạn phải đủ Sâu – Rộng – Nhiều – Đa dạng

VD: Bán mỹ phẩm thì cần kiến thức dưỡng da, kiến thức về các loại chất, kiến thức về các dòng sản phẩm mỹ phẩm...



6 VÒNG KIẾN THỨC XOAY QUANH SẢN PHẨM

VÒNG 1: KIẾN THỨC NỘI TẠI

Ý nói tới các đặc tính, cấu trúc, chất liệu, cấu tạo của sản phẩm

VÒNG 2: KIẾN THỨC CÔNG NĂNG

Tác dụng của sản phẩm, chức năng, công dụng.... sâu hơn nữa thì là các "kết quả" sau khi sử dụng (case study thực tế càng tốt).

VÒNG 3: NHỮNG ĐIỂM ĐẶC BIỆT CỦA SP

Tính năng đặc biệt, những điểm mà đối thủ không có, những điểm mà chúng ta vượt trội

VD: 1 đơn vị bán giày sneaker có điểm đặc biệt là mỗi tháng có đợt giặt giày miễn phí, có đội nhân viên cực am hiểu về giày, có những dòng giày hiếm, có thêm cả kiến thức phối đồ cho giày

6 VÒNG KIẾN THỨC XOAY QUANH SẢN PHẨM

VÒNG 4: NHỮNG KIẾN THỨC LIÊN QUAN

Lịch sử, thông tin, trend về sản phẩm

VÒNG 5: NHỮNG KIẾN THỨC LIÊN QUAN ĐẾN SẢN PHẨM XOAY QUANH

Ví dụ: keo dán giày, máy in giày 3d, quần áo, túi xách

VÒNG 6: KIẾN THỨC VĨ MÔ HƠN

Những kiến thức thời sự, xu hướng, kinh tế thế giới



BIẾT 6 VÒNG KIẾN THỨC ĐỂ LÀM GÌ?

Tạo bộ đồ chơi

Chính là các dạng bài viết, ebook, bài học, tips,... => Chia sẻ kiến thức về ngành nghề mà bạn đang làm và khách hàng tiềm năng quan tâm

Chia sẻ giá trị

Giúp khách hàng biết được bạn là ai, bạn bán cái gì. Kiến thức, sản phẩm của bạn giúp ích được gì cho họ

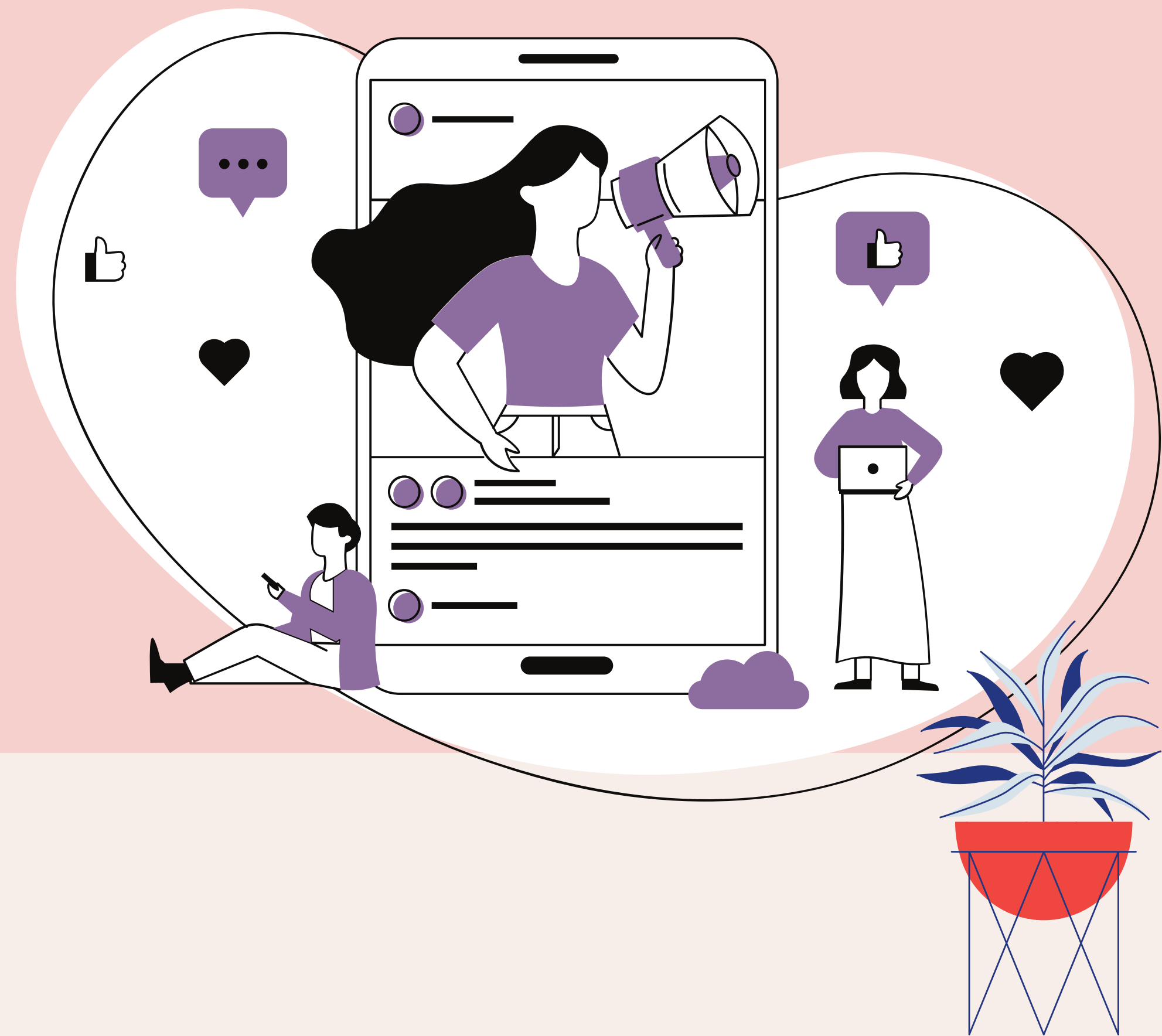
Kích thích nhu cầu

Cho và nhận để có CẢI CỐ mở chuyện với KHTN.
"Trial" - dùng thử chính là một trong những mối nhử hiệu quả đem lại chuyển đổi



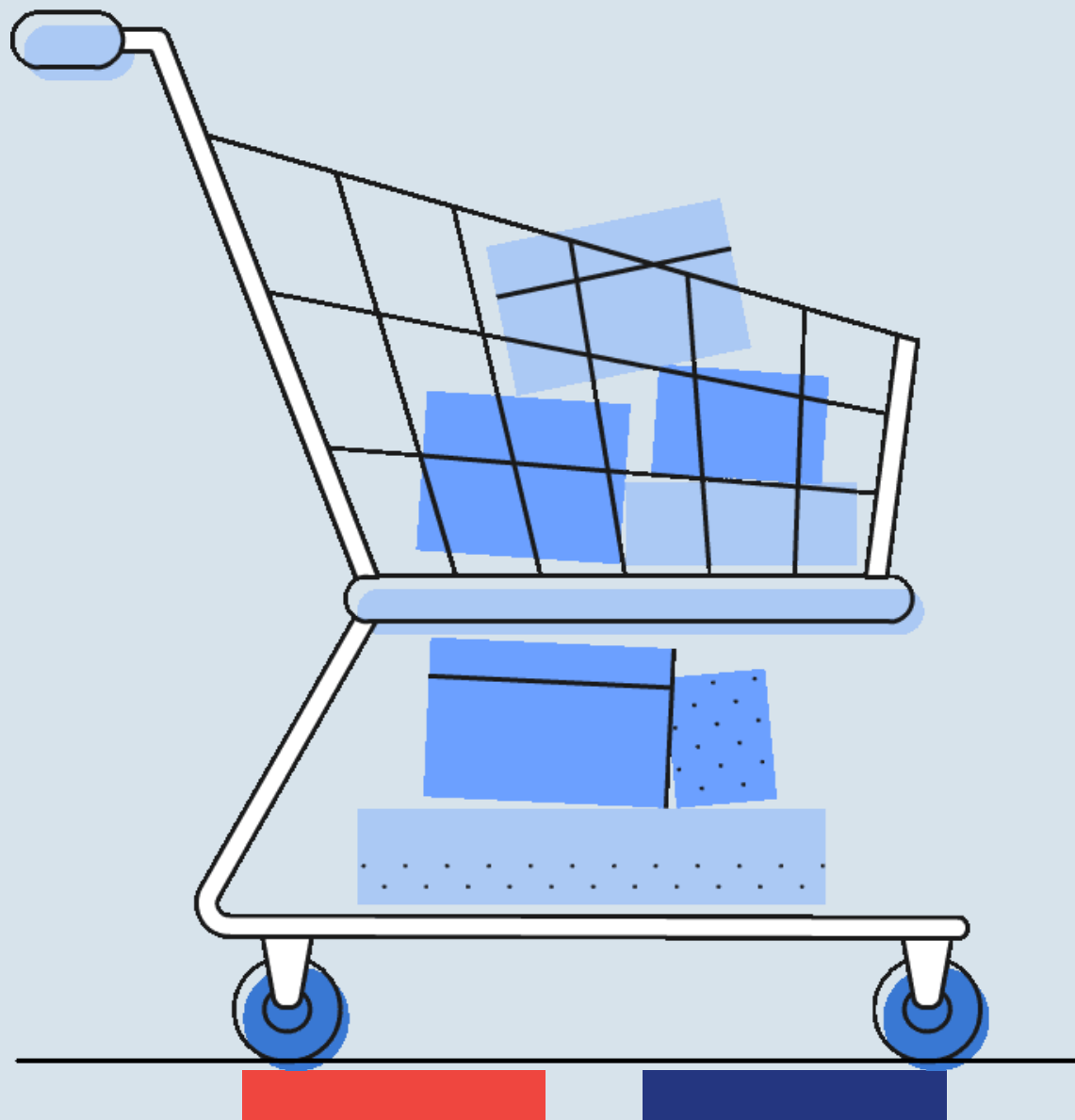
QUY TRÌNH CÁC BƯỚC BÁN HÀNG CHỦ ĐỘNG TRÊN FACEBOOK

ATPACADEMY.VN



QUY TRÌNH

7 bước bán hàng qua Profile

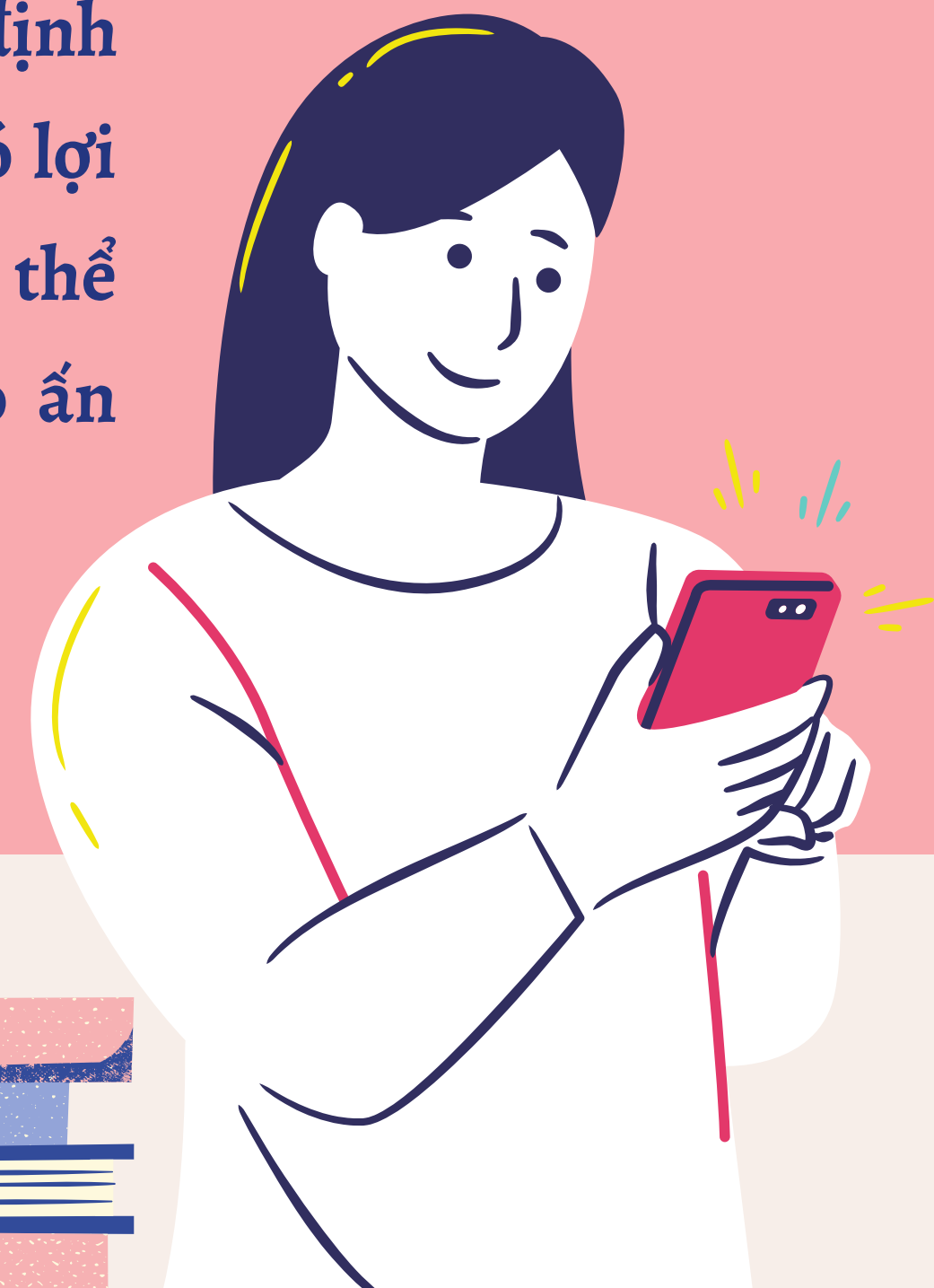


- **Tìm kiếm khách hàng**
- **Tạo ấn tượng với khách hàng**
- **Kết nối đến khách hàng**
- **Tương tác 2 chiều**
- **Tạo uy tín với khách hàng**
- **Đăng bài bán hàng**
- **Dám mặt dày với khách hàng**

TÌM KIẾM KHÁCH HÀNG TIỀM NĂNG

Đây là bước quan trọng hàng đầu, nếu mọi người cứ đi kết nối một cách vô tội vạ thì tỉ lệ accept đôi khi còn khó chứ đừng nói tới bán hàng.

Ngoài ra thì, chúng ta phải xác định đúng môi trường của chúng ta, có lợi cho chúng ta thì chúng ta mới có thể sáng tạo content phù hợp để tạo ấn tượng với khách hàng.



PHƯƠNG PHÁP

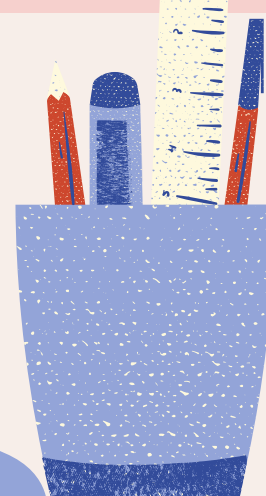
TÌM THỊ TRƯỜNG

Tìm kiếm các Group liên quan, KOLs liên quan, đối thủ của bạn,....

(Nếu chạy quảng cáo thì nên phân tích sâu, còn bán hàng trang cá nhân thì có thể tìm tệp theo cảm tính trước, dần sẽ hiểu tệp nào ngon, tệp nào không ngon).

DÙNG CÔNG CỤ HỖ TRỢ

Dùng Simple UID/Simple Facebook => Quét UID Facebook => Có tệp UID thì lưu lại để giữ thông tin khách hàng dùng dần.



TẠO ẢN TƯỢNG VỚI KHÁCH HÀNG

Trong công thức AIDA, yếu tố đầu tiên là "Attention": tạo sự chú ý với khách hàng.

Mọi người hãy tưởng tượng đến những cung bậc cảm xúc mà khách hàng trải qua khi nhận lời mời kết bạn của mình.



TRÙM CỦA TRÙM CÁC LOẠI
CÔNG THỨC CONTENT MARKETING

VÍ DỤ: NHẬN LỜI MỜI KẾT BẠN



Avatar

Như đa cấp => Bỏ qua không kết bạn

Avatar và tên ổn => Click vào xem thông tin



Trang cá nhân

Cover, thông tin là nhân viên bán hàng => Next

Cover, thông tin ổn nhưng đọc bài viết đầu tiên là bài viết bán hàng => Next

Như vậy, bạn có thể thấy các thông tin trên Profile có mức độ quan trọng như thế nào khi bạn tiếp xúc với một người mới trên mạng xã hội.

Nếu đã đọc qua những nội dung trên, bạn sẽ thấy mình không bán được hàng là đúng, vì bạn có tạo được sự chú ý gì cho khách hàng đâu.



Hãy thử xem qua ví dụ dưới đây để biết nên tạo sự chú ý như thế nào với kiểu người mà mình định vị

Định vị là người bán hàng BDS kiểu hỗ trợ => Tạo chú ý bằng cách

Post phân tích nhận định cá nhân về 1 dự án BĐS vào group đầu tư

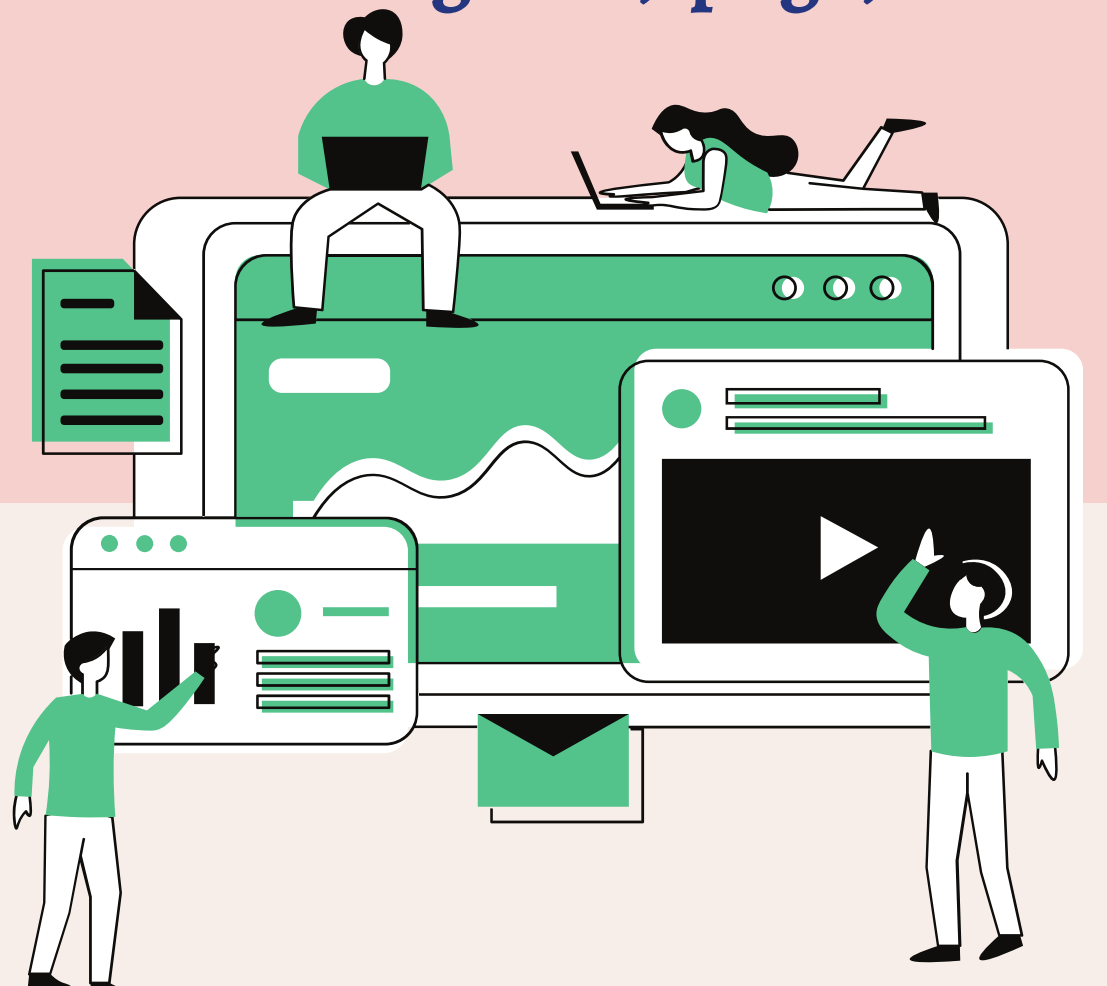
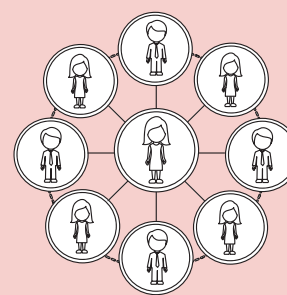
Quay video hướng dẫn hoặc livestream hướng dẫn

Viết 1 bài viết về quy trình tư vấn BĐS mà mình tâm đắc (post lên tường nhà, page, group)

Có 1 group kín hỗ trợ đầu tư, tư vấn dành cho bất kỳ ai

Show các thành quả của mình

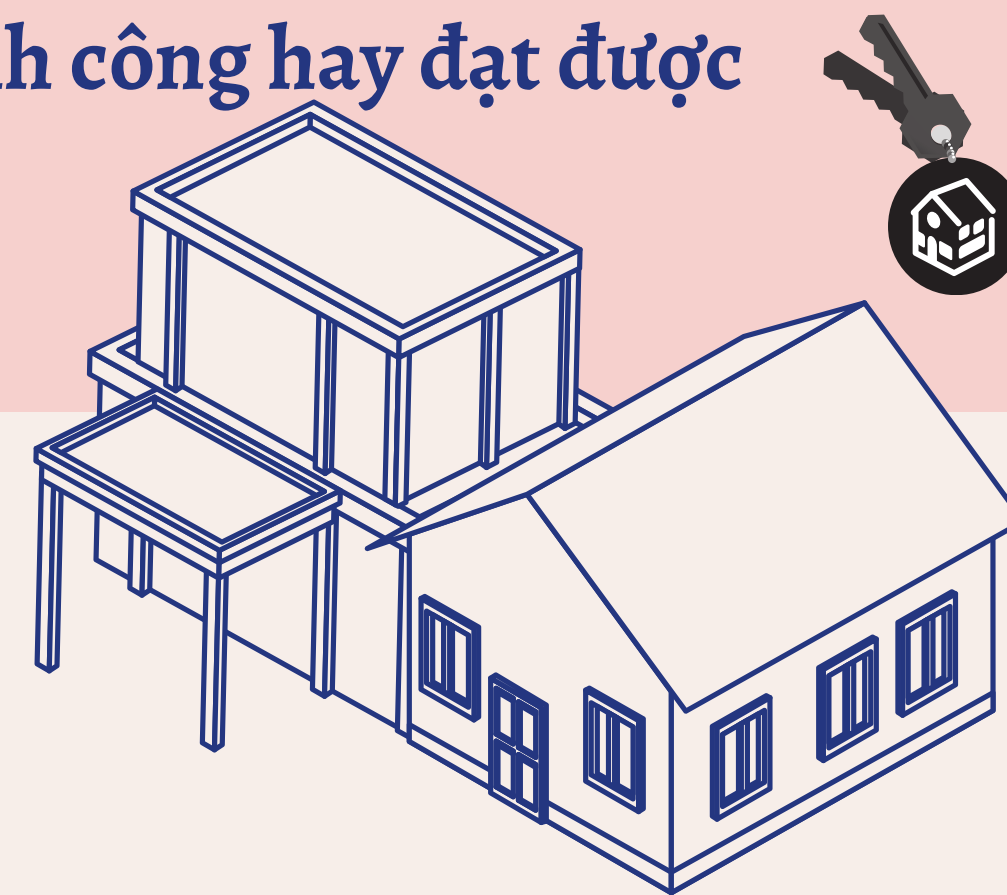
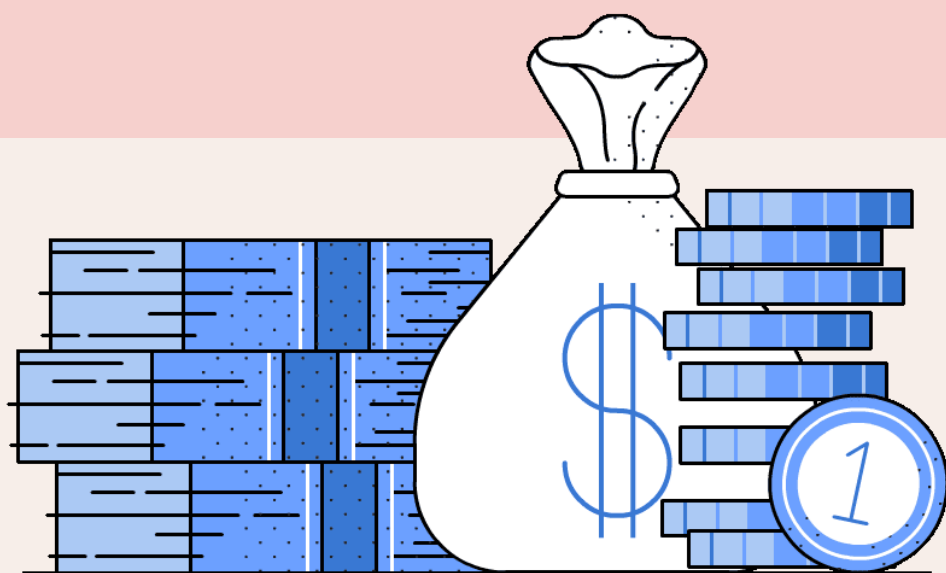
Quay video, livestream thực địa 1 căn hộ, 1 tòa nhà nào đó...



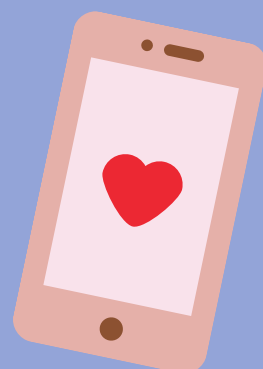
=> Đây chính là sự khác biệt so với một người bán Bất động sản thông thường, bạn trở thành một người có tâm, có tầm, có kiến thức và kinh nghiệm trong ngành chứ không còn là một nhân viên Sale nữa.

Đặc biệt, phải viết Content từ tâm để “truyền tải thông tin” và “tạo ra giá trị thực” cho khách hàng mới là vấn đề quan trọng. Content viết từ tâm sẽ khiến người khác chú ý và đem lại tỉ lệ chuyển đổi cao. Hãy nhớ keyword này và ứng dụng nó vào công việc viết Content của mình.

"Bài viết của mình có thực sự tạo ra giá trị, có giúp khách hàng thành công hay đạt được một điều gì đó hay không?"



KẾT NỐI VỚI KHÁCH HÀNG



Việc kết bạn cũng tính là kết nối, nhưng thực ra nó chỉ chiếm 1% mà thôi. Việc kết nối tiếp theo mới là quan trọng vì sẽ quyết định người ta có trở thành Fan hay mua sản phẩm của mình hay không

Chúng ta bắt buộc phải dùng các loại Content

- Content kích thích Like



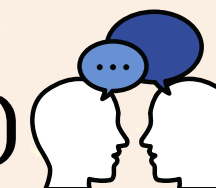
- Content kích thích Comment



- Content kích thích Share



- Content kích thích tương tác 2 chiều (trò chuyện)



- Content kích thích Inbox



- Content kích thích 1 hành động nào đó

CLICK HERE

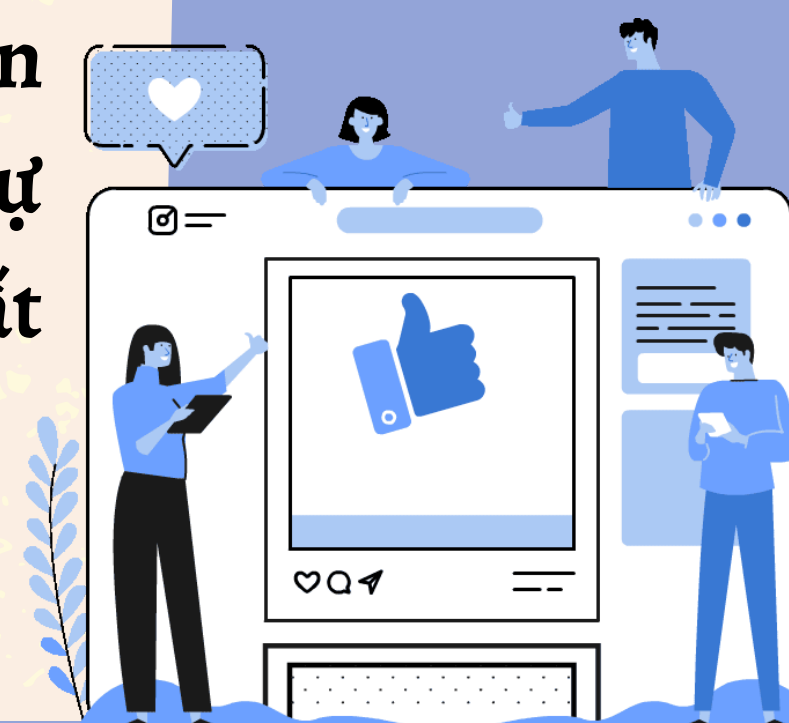


KẾT NỐI VỚI KHÁCH HÀNG



Mọi hành động của con người đều có nguyên nhân, “có lửa mới có khói”. Các hành vi của con người trên Facebook đều có thể định hướng được nếu như bạn hiểu rõ hành vi, tâm lý của người dùng.

"Kết nối" ở đây không chỉ là chúng ta đi kết nối với người ta, vì mình đi nhắn tin cho người ta trước chắc chắn người ta sẽ có trạng thái đề phòng. Thay vì thế, người ta tự nhắn tin, tự tìm đến mình thì tỉ lệ chốt đơn sẽ cao hơn rất nhiều.



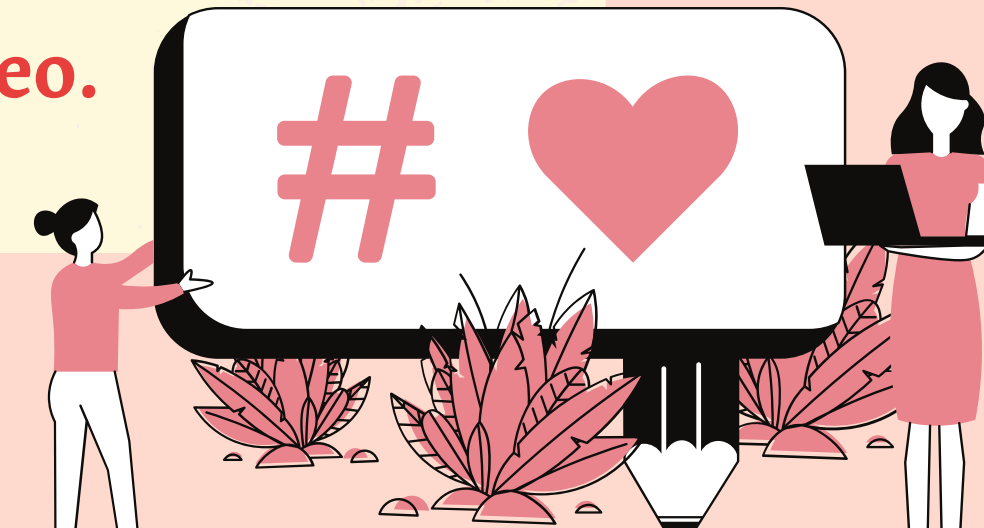
NGUYÊN NHÂN PHÁT SINH CÁC HÀNH VI TRÊN FACEBOOK



Like là một thói quen của người dùng Facebook, họ chỉ cần đi ngang qua, thấy ảnh đẹp, tiêu đề hay là like trước cái đã.

- Hình ảnh đẹp
- Màu sắc hài hòa
- Có chữ trong hình ảnh
- Chữ phải nổi bật vấn đề
- Tiêu đề phải cực kì thú vị
- Có những dòng (.....) dưới tiêu đề để kích thích người dùng

Ngoài ra , yếu tố "trust" từ việc đăng bài liên tục, có "fan" giúp chúng ta tăng like bài viết, càng viết nhiều, viết hay dần đều lên thì like cũng tăng theo.



HÀNH ĐỘNG



Comment và Share mới là yếu tố quan trọng nhất để bài viết đạt REACH hơn tới nhiều người. Cứ thêm 1 người Comment, bài viết của bạn SẼ ĐƯỢC FACEBOOK cho hiển thị tới vài chục người mới.

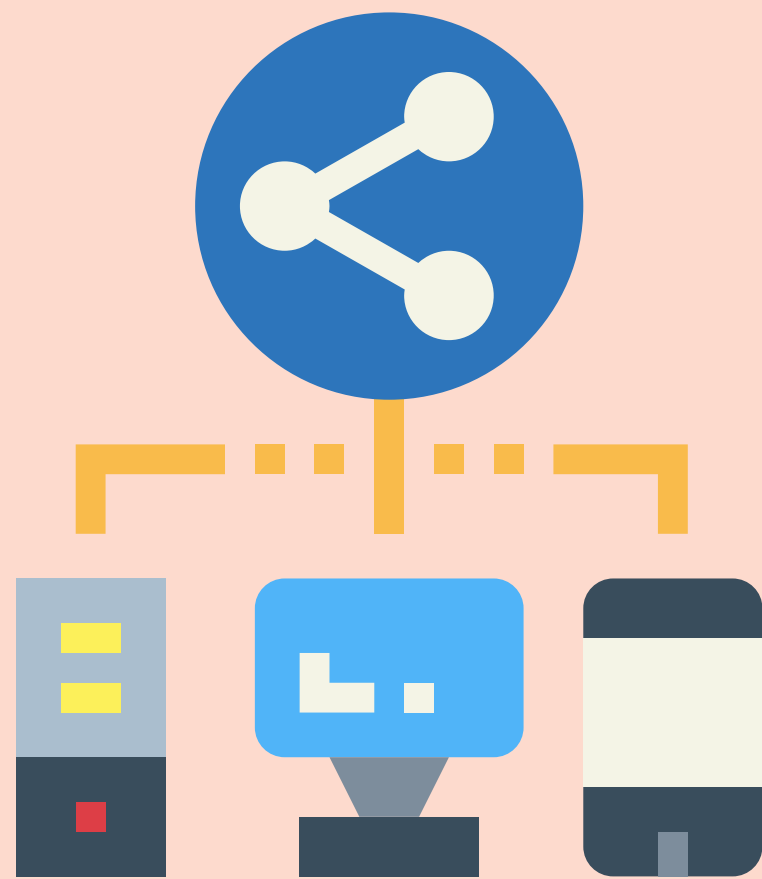
- **Cám ơn bài viết vì bài viết hay**
- **Chia sẻ quan điểm cá nhân về chủ đề bài viết**
- **Trả lời câu hỏi, cãi nhau với chủ tus**
- **Chê bai**
- **Thấy có hình bóng mình trong đó**
- **Cảm thấy nể người viết**
- **Comment để xin tài liệu**
- **Comment để được nhận quà....**



Và nhiều lý do khác nữa, mỗi chủ đề, mỗi ngách lại có thêm vài lý do khác nhau... và bạn cần đọc hàng trăm comment trong bài viết,... rồi nghiệm là sẽ hiểu.. Sau khi hiểu rồi, bạn sẽ biết mình nên thêm các yếu tố như thế nào trong bài viết để thu hút Comment.

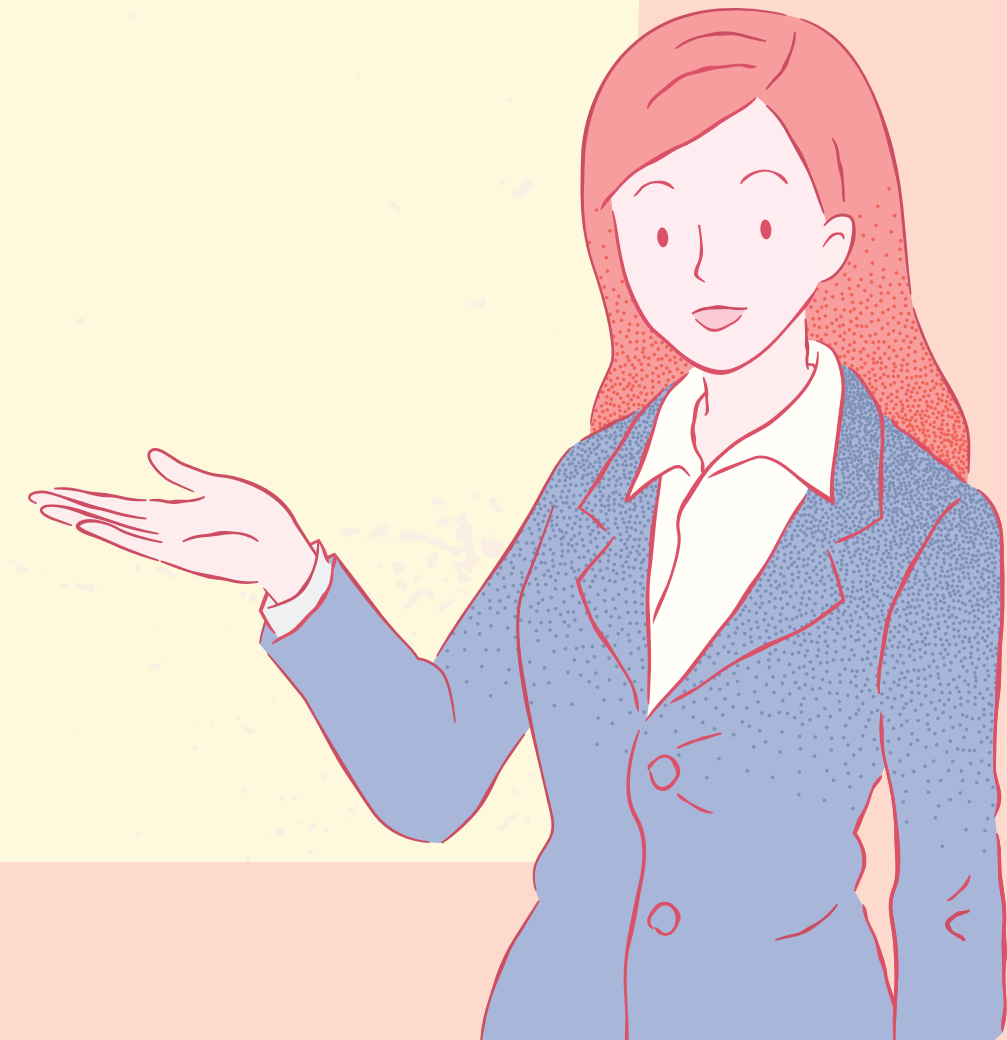


HÀNH ĐỘNG SHARE

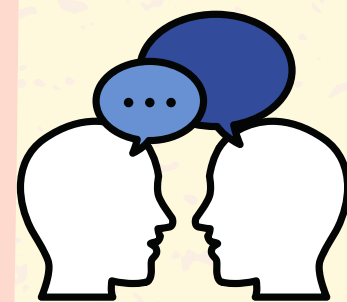


Share rất quan trọng trong việc giúp bài viết của chúng ta “Viral”. Để một người share một bài viết thì điều đó khá là khó, một vài lý do để họ share bài viết.

- **Share 1 mình tôi để đọc lại vì quá bận**
- **Share 1 mình tôi để đọc lại vì quá dài**
- **Share về để "sở hữu" vì bài chứa quá nhiều thông tin (bài tổng hợp).**
- **Share để chửi**
- **Share vì quá tâm đắc**
- **Share vì nội dung dễ thương, hay ho**
- **Share vì quá ngẫu**
- **Share vì nói hộ nỗi lòng**



TƯƠNG TÁC 2 CHIỀU

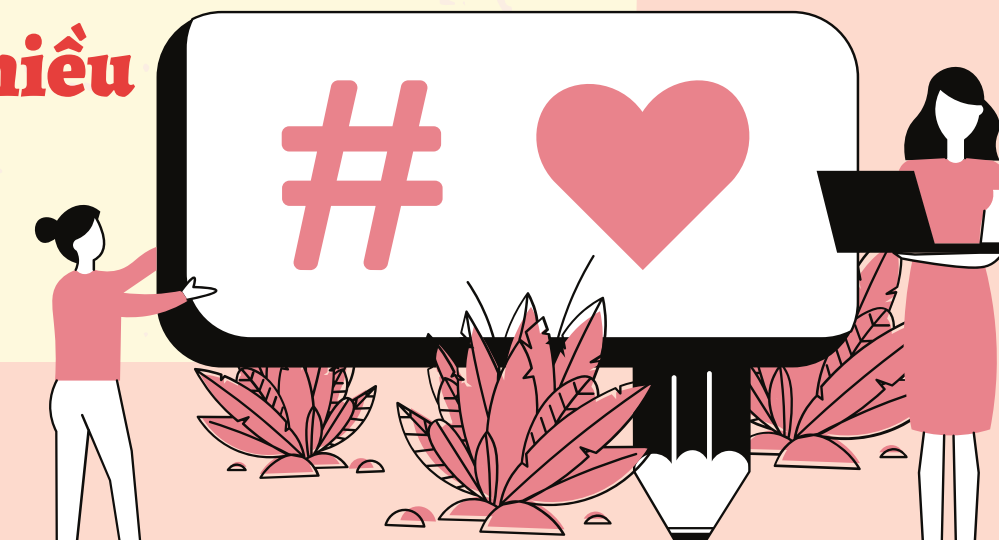


Sau khi chúng ta kích thích được người dùng Like và Comment nhiều rồi, quan trọng tiếp theo là phải có sự tương tác 2 chiều và tương tác 1 - 1.

Có 2 vấn đề quan trọng cần lưu ý:

- **Nên trả lời Comment ở những bài tương tác 1 chiều (Ví dụ như xin tài liệu, cảm ơn,...)**
- **Nên Inbox gửi tài liệu hoặc Inbox tư vấn (Tạo ra nhiều inbox từ những bài viết tương tác 1 chiều)**

Tương tác 1-1 là “Bí kíp siêu cấp” để tạo niềm tin, tạo uy tín và bán được hàng. Với những ai muốn bán hàng Profile phải nhớ rằng, bắt buộc phải tạo ra càng nhiều cuộc tương tác 1-1 càng tốt.



CÁC DẠNG CONTENT TƯƠNG TÁC 2 CHIỀU

Các bài viết dạng đặt câu hỏi

VD: Thường thường mình hay bị mất tập trung khi viết, mọi người khi gặp trường hợp này sẽ làm gì nhỉ?

Các dạng bài viết show quan điểm cá nhân

VD: Theo mình thì vấn đề này phải như này như này như này...



Các bài viết kêu gọi Comment

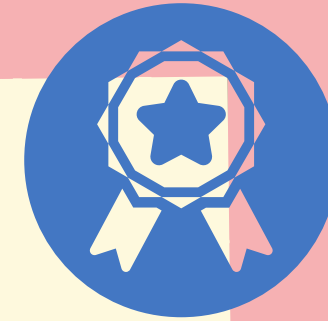
VD: Cuối tuần này rảnh quá, có bạn nào muốn hỏi gì về kinh doanh hay Content không, đặt câu hỏi mình trả lời nè.

CÁC DẠNG CONTENT TƯƠNG TÁC 2 CHIỀU

- Các bài viết dạng than thở, tâm sự
- Các dạng bài viết show thành quả, cột mốc
- Các bài viết giới thiệu mình là ai, mình bán gì

Càng nghĩ ra nhiều dạng bài viết giúp **TƯƠNG TÁC 2 CHIỀU** thì bạn càng có nhiều khách hàng tiềm năng... vì chỉ có khách hàng tiềm năng thì họ mới chịu tương tác, chẳng ai rảnh đâu mà ngồi chat.



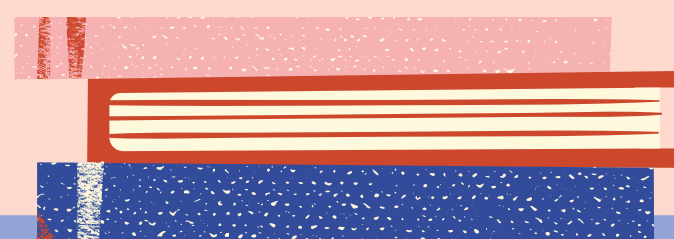


TẠO UY TÍN VỚI KHÁCH HÀNG

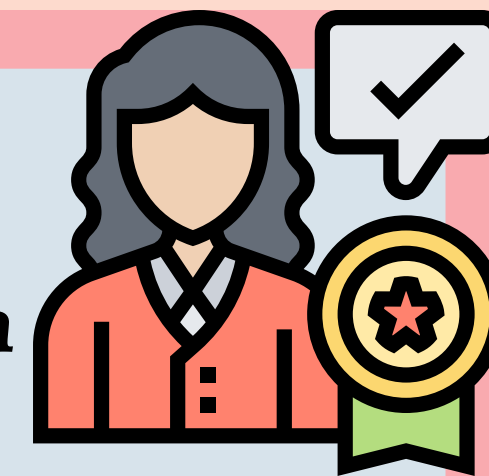
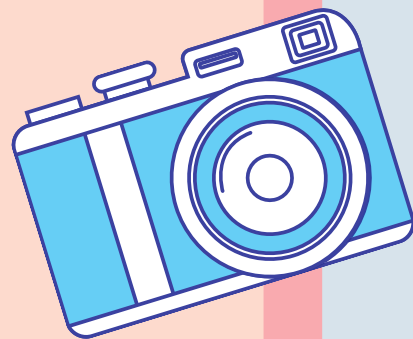
**Uy tín phải đến từ tâm,
đến từ nhiệt huyết
MUỐN GIÚP ĐỠ KHÁCH HÀNG.**



Một số bài viết từ anh Leo Minh được đánh giá là quá dài => lý do là vì sợ viết ngắn quá không có ví dụ cụ thể, chỉ nói về kiến thức, mọi người sẽ khó cảm được, và đặc biệt là mong muốn giúp mọi người thực hành được ngay lập tức. Vậy thì khi chúng ta viết Content cũng vậy, nên viết từ tâm muốn giúp đỡ khách hàng “có kết quả”, “có giá trị” thì sẽ tạo được uy tín cá nhân.



CÁC DẠNG BÀI VIẾT TẶNG UY TÍN



Chụp hình đội ngũ

Chứng tỏ mình làm trong 1 công ty uy tín

Chụp hình quy trình sản xuất

Chứng tỏ sản phẩm của mình "Real"

Sống ảo với không gian trong mơ

Chứng tỏ mình giàu

Chụp ảnh sản phẩm gửi đi mỗi ngày

Chứng tỏ mình đắt hàng

=> Xem thêm các dạng Content này trong cuốn:

Cẩm nang Content trong tầm tay.

Và đặc biệt là: Chúng ta nên đi tương tác với mọi người, gợi nhắc để người ta biết đến sự xuất hiện của mình nhiều hơn.

ĐĂNG BÀI BÁN HÀNG



// Theo một khoảng thời gian (thông thường là 1-2 tuần), các bài bạn viết sẽ đạt độ ngấm nhất định, chúng ta sẽ thấy các bài viết dần nhiều Like hơn, Comment càng lúc càng nhiều và tới thời điểm chín muồi, chúng ta sẽ đăng bài viết **BÁN HÀNG**.

ĐĂNG BÀI BÁN HÀNG



BÀI TOÁN BỐC THUỐC



Tất cả những quy trình trên được gọi là bài toán bóc thuốc, mỗi bài viết, tác động của chúng ta tới khách hàng là 1 viên thuốc, các viên thuốc này giúp họ **TRỊ BỆNH NAN Y** (là điều mà sản phẩm của chúng ta giúp được họ)... trải qua quá trình tạo uy tín, viên thuốc "sản phẩm" cuối cùng sẽ khiến họ dứt bệnh (mấy viên đầu là giúp họ đỡ 1 phần 1 phần 1 phần).



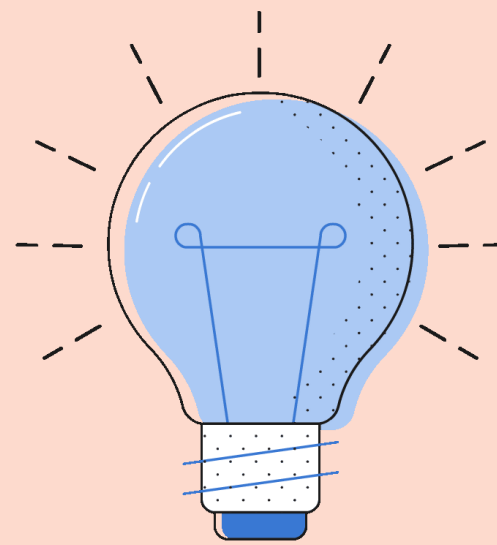
DÙNG THỬ (TRIAL)



Ở bất kỳ sản phẩm nào, chúng ta cũng nên có 1 bậc thang PHẪU SẢN PHẨM, hay nói đúng hơn, chúng ta phải có “8 tỉ” sản phẩm mỗi để cho khách hàng dùng thử.

=> Khi khách hàng đã chịu dùng thử, đọc thử, lấy thử 1 cái gì đó của chúng ta, họ đã đặt 1 chân vào quá trình mua hàng và trở thành "Buyer", cấp bậc thứ 3 trong 7 trạng thái khách hàng.

Càng nhiều người dùng thử, chúng ta càng có **CÁI CỐ** để tạo ra cuộc trò chuyện với họ, có **CÁI CỐ** để tiếp tục trao giá trị cho họ. Và điều quan trọng là những sản phẩm mỗi này chắc chắn phải tạo ra giá trị thực cho khách hàng.

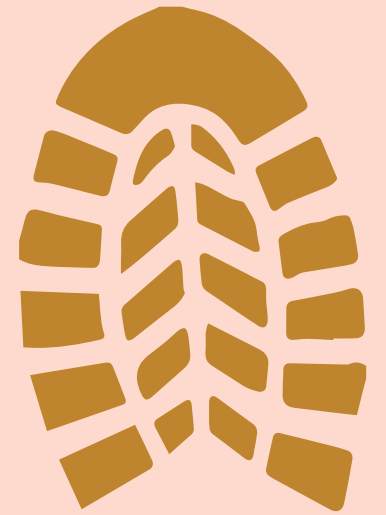


VÍ DỤ: BÁN GIÀY THÌ SẢN PHẨM DÙNG THỬ LÀ GÌ??

- Cataloge giày
- Ebook cẩm nang chọn giày
- Tặng Free dây buộc giày
- Đánh bóng giày miễn phí
- Hỗ trợ chi phí cho sinh viên
- Tặng “100 đôi dép lười”



- File PDF cách phối màu cho giày
- Giặt giày miễn phí
- Mã giảm giá, Voucher
- Mua mới đổi cũ
- Ủng hộ giày cho người nghèo
-

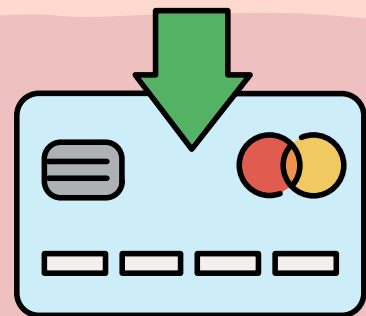




TRIAL

Càng nhiều người dùng thử, mỗi tuần, mỗi tháng sẽ phát sinh đơn hàng tự động, qua các bài viết hàng ngày, các bài viết bán hàng, họ sẽ tự chủ động Comment, nhắn tin với chúng ta (Hoặc chúng ta chủ động Inbox cho họ qua Comment nữa càng tốt).

Một khi họ đã dùng thử 1 cái gì đó của mình và nhận được giá trị thì



Họ sẽ mua hàng khi có nhu cầu

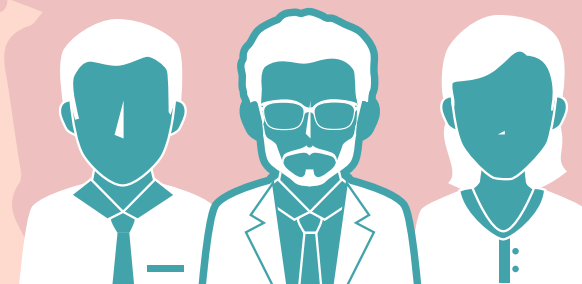


Họ sẽ giới thiệu bạn bè họ khi có nhu cầu



Họ sẽ trở thành Fan, tương tác nhiều hơn với chúng ta

Khi họ hài lòng với sản phẩm và cảm thấy chất lượng tuyệt vời thì họ sẽ rủ CẢ CÔNG TY họ mua.



CHƯA HẾT ĐÂU

Những người chấp nhận dùng thử còn giúp chúng ta



**Có thêm nhiều
Traffic cho Website
(tăng SEO)**



**Có thêm lượng Like,
Share, Comment theo
thời gian (nhận rồi thì
cho lại)**



**Có thêm một người
tin tưởng (tạo niềm
tin, động lực để bán
hàng)**

DÁM MẶT DÀY VỚI KHÁCH HÀNG



“Mặt dày cũng là một nghệ thuật”. Bước cuối cùng này muốn làm được thì phải bán được hàng thì mới gọi là quy trình chuẩn. Phải tạo ra kết quả thì nó mới đúng với những gì mà chúng ta làm. Mà để bán được hàng, thì chúng ta cần **MẶT DÀY, DÁM MỞ MIỆNG KÊU GỌI KHÁCH HÀNG.**

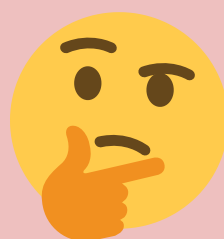
Nhiều người bảo rằng cảm thấy sượng sượng khi kêu gọi một người mua 1 sản phẩm gì đó, cảm thấy như chúng ta đang lừa dối khách hàng. Lý do là gì??



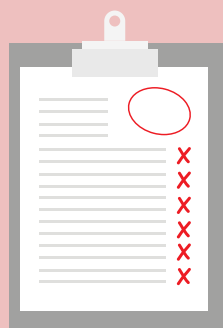
Lý do chúng ta FAIL???



KHÔNG BÁN ĐƯỢC NHIỀU => MẤT TỰ TIN



KHÔNG TỰ TIN VỀ SẢN PHẨM



KHÔNG BIẾT RÕ CÁC KẾT QUẢ MÀ SẢN PHẨM ĐEM LẠI CHO KHÁCH HÀNG

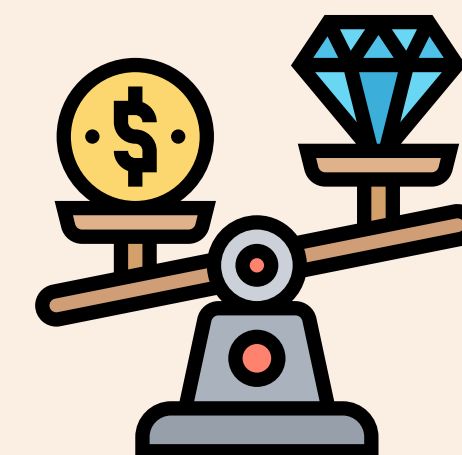


BỊ PHẢN HỒI XẤU NHIỀU NHƯNG CHƯA GIẢI QUYẾT CÁC KHÚC MẮC ĐÓ => CÀNG LÚC CÀNG THIẾU TỰ TIN VỀ SẢN PHẨM.

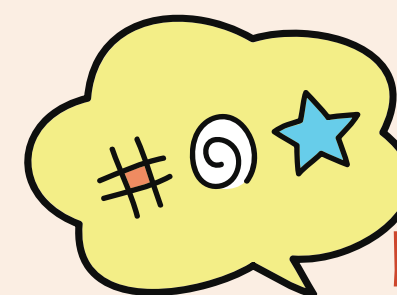
CHÚNG TA KHÔNG DÙNG SẢN PHẨM



**CHỈ BÁN HÀNG MÀ KHÔNG TẠO RA GIÁ TRỊ
=> CHƯA ĐỦ TẠO UY TÍN => THIẾU TỰ TIN**



THIẾU KIẾN THỨC TRONG NGÀNH, GIAO TIẾP VỚI KHÁCH HÀNG YẾU, MẤT TỰ TIN



**KHÔNG TIN VÀO NỘI LỰC BẢN THÂN
CÓ THỂ GIÚP KHÁCH HÀNG.**

Lý do chúng ta FAIL???



Thật ra, với một người bán hàng mấy sản phẩm như quần áo thời trang, mỹ phẩm, vật dụng hàng ngày thì cũng chẳng cần nghĩ nhiều vậy đâu... quan trọng là mình phải tự tin vào bản thân, mọi người thấy những điều nào khiến mình mất tự tin thì nên Fix. Sau khi Fix xong, đủ tự tin, chúng ta sẽ **DÁM MẶT DÀY KÊU GỌI KHÁCH HÀNG MUA HÀNG.**



Hoặc như ví như anh bán giày phía trên, trao giá trị đủ rồi, sản phẩm là hàng Auth cũng tốt, việc gì mà ko dám mở miệng ra kêu gọi khách hàng mua hàng, việc gì mà sợ không dám chốt khách hàng ngay trong buổi trưa hay ngay trong ngày.



You can't

SELL YOURSELF

Tạo uy tín bản thân, bán bản thân mình trước, mình phải giúp được khách hàng bằng nội lực, kiến thức bản thân.



SELL YOUR PRODUCT

Và cuối cùng mới là việc bán sản phẩm của bạn.

be yourself

SELL YOUR SERVICE



Mình phải luôn nhiệt tình với khách hàng, luôn nghĩ xem những điều mình đang làm có giúp khách hàng thành công hay không.



CONFIDENT

Tự tin bản thân hơn, **DÁM MỞ MIỆNG MỜI KHÁCH MUA HÀNG** là mấu chốt cuối cùng của việc bán hàng qua Profile.

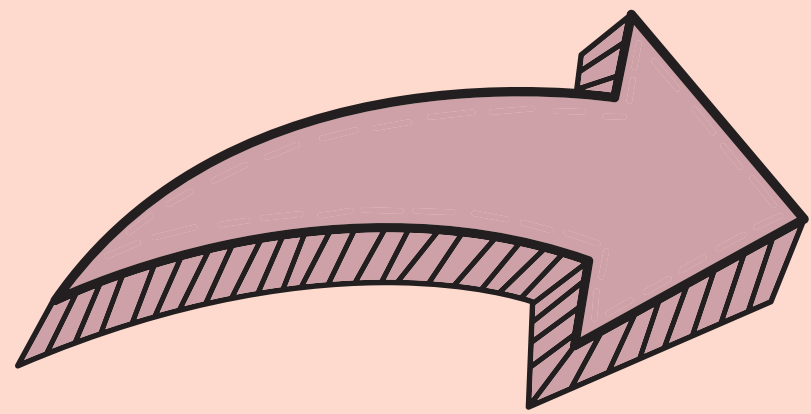
EBOOK - QUY TRÌNH BÁN HÀNG CHỦ ĐỘNG PROFILE

Tài liệu dành riêng cho KHÓA HỌC **"Xây dựng thương hiệu cá nhân và Bán hàng Profile"** được thực hiện bởi đội ngũ nhân sự từ **ATP Academy**.

Khóa học sẽ định hướng cho bạn 3 yếu tố quan trọng nhất để tạo nên thương hiệu cá nhân là nội lực, môi trường, nội dung. Mọi người có thể tìm hiểu thêm để xây dựng cho mình một Profile chuẩn chỉnh nhằm phát triển các nền tảng Digital Marketing khác, đem đến 1 hệ sinh thái Marketing ổn.

LIÊN HỆ VÀ ĐĂNG KÝ





XEM THÊM CÁC TÀI LIỆU TỪ ATP ACADEMY

Quy trình xây dựng nick Facebook không check point

<https://sum.vn/user/FdxfM>

Lập kế hoạch Marketing tổng thể cho Startup với 10 triệu

<https://sum.vn/VtR2E>

100+ tài liệu Content Marketing – Từ chiến lược đến thực tiễn

<https://sum.vn/100hrudbw>

10 kịch bản Marketing đỉnh cao

<https://sum.vn/user/tAyqk>

101 Công thức Content từ A-Z

<https://sum.vn/user/100tlContent>