

# CÔNG THỨC FOLLOW-UP

ĐẠT NHỮNG ĐIỀU BẠN MONG MUỐN  
BẰNG NHỮNG VIỆC KHÔNG AI LÀM

.....



# CÔNG THỨC FOLLOW-UP

Đạt được điều bạn mong muốn bằng cách làm những việc không ai làm

Close.io Co-Founder & CEO, Steli Efti

Chuyển dịch bởi [SlimCRM.vn](https://slimcrm.vn)

---

## MỤC LỤC

---

<b>LỜI MỞ ĐẦU</b>	<b>7</b>
<b>SỨC MẠNH CỦA FOLLOW – UP</b>	<b>11</b>
Một câu chuyện ngắn về sức mạnh của follow-up	12
Công thức Follow-Up	15
<b>CÁCH FOLLOW – UP NHƯ MỘT NHÀ VÔ ĐỊCH</b>	<b>19</b>
Cắm nang follow-up	20
Tại sao tội lỗi lại là kẻ thù của bạn	28
Tại sao thời gian lại là đồng minh của bạn	30
Tại sao thời gian lại quan trọng khi thuyết phục khách hàng tiềm năng chuyển sang giải pháp của bạn	32
2 lý do hàng đầu lý giải vì sao bạn chưa theo đuổi thỏa đáng	36
Cái giá của việc không follow-up	40
<b>CÔNG THỨC FOLLOW-UP QUẢN LÝ ĐỐI TÁC, HUY ĐỘNG VỐN, CÓ NHỮNG CUỘC PHÒNG VẤN NỔI TIẾNG, VÀ TUYỂN DỤNG NHÂN SỰ GIỎI VỀ ĐỘI</b>	<b>44</b>
Trở thành ưu tiên của bất kỳ ai	45
Cách mà tôi có được cuộc phỏng vấn Gary Vaynerchuk nhờ kiên trì bám đuổi	51
Gọi vốn với tư cách người sáng lập	60
Tuyển dụng những tài năng hàng đầu với sức mạnh của follow-up	63
<b>TÀI LIỆU TẶNG THÊM</b>	<b>74</b>

## LỜI MỞ ĐẦU

---

Nếu bạn là kiểu người có khuynh hướng thực thi, quyển sách này đích thị dành cho bạn. Cho dù có là việc bán hàng, xây dựng một sản phẩm, tổ chức sự kiện, tuyển dụng những nhân sự tuyệt vời, thiết kế nên ứng dụng kế toán "xịn sò" nhất cho freelancer, xây dựng trường học ở Uruguay - phần tiếp theo sẽ giúp bạn nhanh chóng hoàn thành điều bạn muốn.

Không có nội dung nào tôi chia sẻ ở đây quá đặc biệt hay mới lạ. Hầu như đây là những điều ai cũng biết, và bạn có thể tự nghĩ ra nếu bạn dành thời gian để chiêm nghiệm về nó.

### Vậy tại sao tôi lại viết hẳn một cuốn sách về nó nhỉ?

Bởi vì rất ít người thực sự LÀM được những gì tôi khuyến khích trong cuốn sách này. Và những người làm được hoặc là a) những cá nhân đã có sự nghiệp viên mãn, hoặc b) đã chạm tay rất gần đến thành công rực rỡ.

Tôi không biết bạn có thước đo thành công cho bản thân như thế nào, nhưng tôi dám chắc rằng có những thứ bạn muốn trong cuộc sống này: bạn muốn làm điều gì đó, bạn muốn tạo ra thứ gì đó, bạn muốn có một thứ gì đó, bạn muốn cảm nhận được điều gì đó

Nếu bạn tiếp nhận những điều quyển sách này khuyên nhủ, chắc chắn bạn sẽ tiến nhanh hơn đến mục tiêu của mình. Nó được viết ra trước hết dành cho những người bán hàng, nhưng bạn có thể nắm bắt những nguyên tắc này và áp dụng chúng vào mọi lĩnh vực của cuộc sống.

“

**Nếu quyển sách này không có lỗi chính tả, vậy thì nó đã được xuất bản quá muộn!"**

- Reid Hoffman, Co-Founder, LinkedIn-



Đây không phải là một quyển sách được biên tập chuyên nghiệp. Bạn sẽ thấy nào là lỗi chính tả, ngữ pháp không chính xác, phong cách không nhất quán, câu kết thúc thì ở títt đầu trang mà câu mở đầu lại chêm chệ ngay cuối trang, và có thể chúng tôi đã trộn lẫn các thụt đầu dòng với các khối văn bản.

Đây là những gì bạn nên làm khi gặp phải những lỗi đó: Hãy tiếp tục đọc!

Mục tiêu của chúng tôi không phải là xuất bản cuốn sách hoàn hảo mà là cung cấp cho bạn lời khuyên thiết thực có thể sử dụng ngay lập tức, và bắt đầu tạo ra nhiều cơ hội hơn ngay hôm nay.

Một số người cho rằng đó là sự thiếu cẩn thận. Nhưng sự thật hoàn toàn ngược lại : Chúng tôi đang trao cuốn sách không hoàn hảo này đến tận tay bạn chính xác là vì chúng tôi rất quan tâm. Thay vì tập trung vào việc tạo ra một cuốn sách hoàn hảo, chúng tôi đầu tư thời gian và năng lượng của mình để đưa những thông tin có giá trị nhất đến tay bạn **càng sớm càng tốt**. Có một bài học lớn để thành công và bán hàng ở đây: luôn hành động khẩn trương.

Gần như ngày nào chúng tôi cũng nhận được email mọi người chỉ ra một số lỗi đánh máy của 1 trong số hơn 500 bài đăng trên blog mà chúng tôi đã xuất bản trong nhiều năm. Tôi phải thú nhận là: Nó khiến tôi thấy có chút hổ thẹn thật. Đặc biệt nếu nó là kiểu nhầm lẫn đại loại như it's thành its. Nhưng đây chính là loại cảm giác khó chịu mà bạn cần làm quen. Cho dù bạn đang viết hay đang đọc - đừng để chủ nghĩa hoàn hảo ngăn cản bạn cho đi hoặc nhận lại giá trị.



Steli Efti, CEO of Close.io

# SỨC MẠNH CỦA FOLLOW – UP

## Một câu chuyện ngắn về sức mạnh của follow-up

“**Kiên trì đến mức ngoan cố, rồi bạn sẽ thấy sự bướng bỉnh của mình dẫn bạn vượt xa những giới hạn bản thân.**”

- Robert Brault -

Tôi muốn chia sẻ câu chuyện về một phụ nữ bán trái cây ở Thái Lan đã “hạ gục” 16 nhà thôi miên nhờ sử dụng sức mạnh của follow - up.

“ Mười ba năm trước, tôi đang ở Thái Lan học về thuật thôi miên với một nhóm 15 người khác. Chúng tôi muốn đến một hòn đảo hẻo lánh tên là Koh Lipe, mất bốn giờ di chuyển bằng thuyền. Khi chúng tôi đã có mặt trên bờ biển, thầy chúng tôi đi vào một tòa nhà để tìm gặp người lái thuyền của chúng tôi.

Hình dung 15 người đứng xung quanh, chờ đợi dưới nắng nóng sau bữa trưa. Đột nhiên, một phụ nữ Thái Lan bán hoa quả dạo trên chiếc xe đạp bắt gặp chúng tôi. Cô ấy đạp xe tới, đặt chiếc xe & trái cây của mình ngay trước mặt chúng tôi. Cô ấy nháy xuống và bắt đầu la lớn, “Trái cây, trái cây mấy anh ơi”, với một nụ cười tươi, nhìn thẳng vào mắt từng người trong đoàn đồng thời hồ hởi ra hiệu về phía hoa quả trên xe. Chúng tôi đáp, “Vâng, nhìn hấp dẫn thật đấy nhưng bụng chúng tôi hết chỗ chứa rồi. Chúng tôi vừa ăn trưa xong, không, cảm ơn.” Cô ấy chỉ đơn giản lặp lại, “Trái cây, trái cây ngon bổ rẻ đây” Cùng một năng lượng. Cùng một nội dung.

Thầy của chúng tôi bước xuống và bảo: “Không phải tòa này. Tòa nhà chính xác ở cách đây vài dãy. Mọi người đi cùng tôi nào.” Cả hội thế là nối gót theo thầy và đứng đợi gần tòa nhà mới.

Người phụ nữ Thái đó lại quay về với chiếc xe đạp của mình, di chuyển theo chúng tôi, dựng xe ngay ngắn trước mặt mọi người, bước xuống và lặp lại lời chào hàng lúc nãy, “Trái cây, mua trái cây đi anh ơi.” Chúng tôi trả lời, “Vâng, chúng tôi biết. Vẫn là cô bán hoa quả lúc nãy mà. Cảm ơn cô đã rất nhiệt tình nhưng thật sự

chúng tôi no căng rồi.” Cô ta không hề quan tâm. Thậm chí với năng lượng dồi dào và nhiệt huyết hơn, cô ấy vẫy tay và chỉ về phía những món hàng của mình, “Trái cây ngon lắm anh ơi, vừa ngọt vừa mát.” Cuối cùng, thầy của chúng tôi xuất hiện và bảo, “Tôi nói chuyện với người ta rồi. Chúng ta sẽ đi cái thuyền màu xanh đằng kia. Mọi người ra tập trung ở đó nhé. 10 phút nữa anh ta sẽ đến và chở chúng ta đi.” Tất cả bọn tôi lại đi về phía chiếc thuyền.

Bạn thừa biết cô gái người Thái bán hoa quả đó làm gì tiếp theo rồi đấy. Cô ấy quay lại với chiếc xe, mon men tiến đến gần chúng tôi, nhảy xuống và lại cất cao giọng, “Trái cây đi anh ơi, siêu ngon giá siêu hạt dẻ luôn nè.” Sự say mê thể hiện rõ mồn một qua nụ cười ngày càng mở rộng của cô ấy. Quào! Chúng tôi chẳng thể tin những gì mình đang chứng kiến. Và thế là ... một người trong chúng tôi đành cất lời, “Được rồi, khi gió thật, tôi sẽ chén thêm ít hoa quả vậy.” Một ông khác cũng hưởng ứng theo, “Chà, dù gì đi thuyền cũng mất bốn tiếng mà, tội gì không mua một ít nhớ chúng ta đói nhỉ.” Rồi đột nhiên, ai cũng mua hoa quả của cô ấy. Kỳ diệu làm sao.

Hai tiếng sau, lênh đênh trên chiếc thuyền nhỏ bé, chúng tôi cùng nhau thưởng thức những hoa quả tươi ngon vừa mua được. Ai nấy cũng nhìn nhau với một nụ cười đầy sáng khoái, gật gù khen ngon, “Chu choa, hương vị đến là mê ly!” Tất cả những nhà thổi miên trong đoàn, được xem như bậc thầy về ngôn ngữ & khả năng thuyết phục, đều bị tác động bởi lòng nhiệt thành của người phụ nữ Thái bán trái cây giản dị vô danh kia.

Đúng là cô ấy đã xuất hiện, nhưng quan trọng hơn là cô ấy vẫn không ngừng bám đuổi mặc kệ sự từ chối thẳng thừng ban đầu. Cô ấy biết chắc điều chúng tôi cần lúc đó hơn cả chính chúng tôi, và đó là lý do cô ấy giành được thắng lợi. **Thực tế thì đây cũng chính là cách giúp bạn luôn giành phần thắng.** Bạn cần biết được chính xác mình mong muốn điều gì hơn ai khác. Nếu điều đó tốt cho họ, hãy cứ nhẫn nại và kiên trì đến thời điểm họ nhận ra sự thật: Bạn không muốn đi một chuyến tàu suốt bốn tiếng đồng hồ đến một hòn đảo xa tít ở Thái Lan mà không có bên mình những hoa quả thơm ngon! “



## Công thức Follow-Up



Lời khuyên của anh về tâm lý trong kinh doanh thật quan trọng **NHƯNG** những gì anh khuyên nhủ về cách theo đuổi khách hàng thật sự đã thay đổi cuộc đời chết tiệt của tôi!"

- Joelle Steiniger, cofounder Rocketship.fm & SmallHQ -

Thật dễ dàng để tập trung trong lần đầu liên hệ. Buổi gặp đầu tiên. Email bạn đã gửi cho ai đó quan trọng. Bạn tiếp cận với ai đó và sau đó cảm thấy hài lòng về bản thân. Bạn đã hoàn thành công việc của mình, bạn đã chào hàng và tiếp cận. Bạn đã đề xuất một cuộc hẹn/cuộc gọi/ vv. Giờ thì, tất cả những gì bạn cần làm là ngồi chờ đợi họ phản hồi.

Và đó chính là vấn đề - *bạn không có động thái follow-up nào cả.*

Tôi hiểu chứ. Bạn không muốn trở thành một tên khốn. Tất cả chúng ta đều muốn tránh phiền phức có thể dẫn đến nguy cơ bị khách hàng từ chối. Tuy nhiên, điểm mấu chốt ở đây là "mặt phải dày" nhưng đảm bảo thông điệp thật ngắn gọn và lọt lỗ tai.

Nhiều người sau khi đã liên hệ khách hàng, sẽ hăm hờ chờ đợi đến khi khách hàng phản hồi lại họ. Đây là cách tiếp cận hoàn toàn sai lầm.

### Triết lý follow-up của tôi

Tôi có một triết lý đơn giản thế này: Tôi theo đuổi khách hàng đến khi tôi có được phản hồi của họ. Tôi không quan tâm phản hồi đó là gì, miễn là tôi phải nhận được nó. Nếu ai đó bảo với tôi rằng họ cần thêm 14 ngày nữa để trả lời, tôi sẽ đưa thông tin đó vào lịch của mình và liên lạc lại đúng 14 ngày sau đó.

Nếu họ nói với tôi rằng họ đang bận và họ không có thời gian ngay bây giờ, tôi sẽ trả lời và hỏi họ thời gian thích hợp tôi có thể liên hệ lại. Chìa khóa ở đây là thực sự tiếp tục theo đuổi khách hàng. Nếu ai đó nói với tôi rằng họ không quan tâm - tôi để họ yên.





Điều thú vị ở đây là nếu họ chả phản hồi gì hết, tôi sẽ cứ liên hệ mãi đến khi nhận được câu trả lời mới thôi. Và bạn cứ tin tôi đi, chỉ sớm hay muộn thôi, họ luôn phản hồi. 😊

Hai yếu tố then chốt trong nguyên tắc follow-up của tôi là:

1. *Nếu bạn chưa từng gặp họ trước đây, đừng follow-up nhiều hơn sáu lần.*
2. *Đừng buộc tội họ, kể cả khi họ chưa phản hồi ngay.*

Tôi sẽ đào sâu hơn về nội dung những quy tắc này trong chương tới nhưng ngay lúc này, bạn phải hiểu rằng theo đuổi *không* có nghĩa là quấy rầy khách hàng.

### **Cách tôi đã theo đuổi 48 lần để có được buổi hẹn quan trọng**

Có một lần tôi đã theo đuổi một nhà đầu tư đến 48 lần để có được một cuộc hẹn.

Chuyện là, tôi và nhà đầu tư này được biết nhau qua sự giới thiệu của một người bạn chung, ông ấy nói rằng, "Thật tuyệt, tôi rất muốn được gặp gỡ các bạn nhiều hơn", nhưng sau đó thì lặn mất tăm.

Tôi đã có thể coi sự im lặng này đồng nghĩa với sự khước từ nhưng tôi vẫn kiên trì gửi email cho lão, đề xuất hết ngày này tháng nọ để cả hai cùng gặp nhau.

Bốn mươi tám cái email được gửi đi, ông ta đã phản hồi, "Lạy chúa tôi! Thật may là cậu đã bám đuổi tôi, Steli ạ. Tôi vừa đi du lịch thì lại có chuyện không hay xảy ra. Hãy đến đây ngay ngày mai lúc 1:00 chiều tại văn phòng của chúng tôi nhé."

Cuối cùng thì ông ấy đã đầu tư.

Và tôi cũng chả phải người duy nhất thấy được kết quả với chiến lược theo đuổi này. Hãy cùng xem ví dụ này của Brandon Gracey, một giám đốc kinh doanh ở New York, áp dụng chiến lược này và kết quả anh ấy thu được: "Triết lý theo đuổi của Steli đã giúp tôi chốt được một khách hàng quan trọng từng cực kỳ nguội lạnh. Sau tổng cộng 41 email cùng lời nhắn thoại, tôi đã nhận được phản hồi; 'Chúng tôi chịu thua anh rồi đây, hãy kết nối tại triển lãm thương mại nhé.' Ngắn gọn mà nói, họ đang tiến hành làm quen với sản phẩm ngay trong tháng luôn rồi."

Một câu chuyện khác về một người bám đuổi không ngừng nghỉ? James Altucher



muốn được làm việc cho một nhà đầu tư tỷ phú. Để hiện thực hóa khát khao của mình, anh chẳng nề hà gửi email dai dẳng suốt tận một năm trời cho đối tượng mình hướng đến.

Việc theo dõi rất linh hoạt. Nó có thể được sử dụng cho đa dạng trường hợp, dù bạn muốn huy động tiền, chốt một hợp đồng lớn hoặc hơn thế nữa.

Bạn không nhất thiết phải giàu có, sở hữu tài năng thiên bẩm, hoặc có mối quan hệ khăng khít để follow-up. Bạn chỉ cần thời gian và sự kiên trì, 2 tài nguyên không giới hạn với bất kỳ ai, ở bất kì đâu.

Học cách theo đuổi cũng như việc đạt được siêu năng lực vì nó là điều kiện tất yếu đảm bảo thắng lợi. Đó là khi mọi người đã thôi không chạy nữa, thì bạn vẫn là người duy nhất còn lại trong chặng đua. Dù bạn có lết như sên cũng chả sao – bạn sẽ cán đích đầu tiên vì những người khác đều đã tự loại họ khỏi cuộc chơi rồi.

Để bắt đầu, dưới đây là những kiến thức vỡ lòng về follow-up bạn cần nắm lòng.



## PHẦN TIẾP THEO

### 1. Cách Follow up như một nhà vô địch

- Nên follow bao lâu một lần
- Tần suất follow hợp lý
- Phương tiện nào tốt nhất để Follow
- Những điều nên và không nên

### 2. Tại sao tội lỗi là kẻ thù của bạn

### 3. Tại sao thời gian là đồng minh của bạn

### 4. 2 lý do hàng đầu giải thích vì sao bạn chưa follow thỏa đáng

### 5. Cái giá của việc không follow

### 6. Công thức follow-up để quản lý đối tác, huy động vốn, có những cuộc phỏng vấn nổi tiếng, và tuyển dụng những nhân sự tốt về đội

### 7. Tài liệu tặng thêm



**TẢI TRỌN BỘ EBOOK**





# Kiến Tạo Doanh Nghiệp Ưu Việt

Bắt đầu dùng thử



Hotline: 0899.172.899



<https://SlimCRM.vn>



Chuyển dịch bởi SlimCRM.vn - Quản lý dễ dàng và tạo ra nhiều doanh thu hơn