



# TỔNG HỢP 30 KỸ THUẬT CHỐT SALE HIỆN ĐẠI

Giúp bạn thành công trong nhiều giao dịch hơn



Biên soạn: Team Content SlimCRM.vn

## LỜI MỞ ĐẦU

Bạn có thể là một nhân viên kinh doanh đang nỗ lực xây dựng các mối quan hệ và sự tin tưởng nhằm phát triển nghề nghiệp nhờ các khách hàng tiềm năng, hoặc một nhân viên làm việc chăm chỉ để tiến xa trong công việc, hay một nhân viên Sales giải quyết vấn đề tập trung nhiều hơn vào dịch vụ khách hàng.

Bất kể bạn là kiểu nhân viên Sales nào đi nữa, bạn cũng không thể trở thành một “chuyên gia” nếu bạn **chưa nắm kỹ được các kỹ thuật chốt sale**. Những tháng hoặc vài tuần làm việc chăm chỉ để tìm kiếm khách hàng tiềm năng sẽ thật lãng phí nếu bạn không chốt được giao dịch mình mong muốn.

Chốt sale là bước cuối cùng bạn cần phải vượt qua để mang chiến thắng về.

Không cần phải quảng cáo thêm, dưới đây là **30 kỹ thuật chốt sale khác nhau** có thể giúp bạn chốt nhanh và hiệu quả hơn. Hãy cũng **SlimCRM.vn** theo dõi nhé

## 30 KỸ THUẬT CHỐT SALE HIỆN ĐẠI

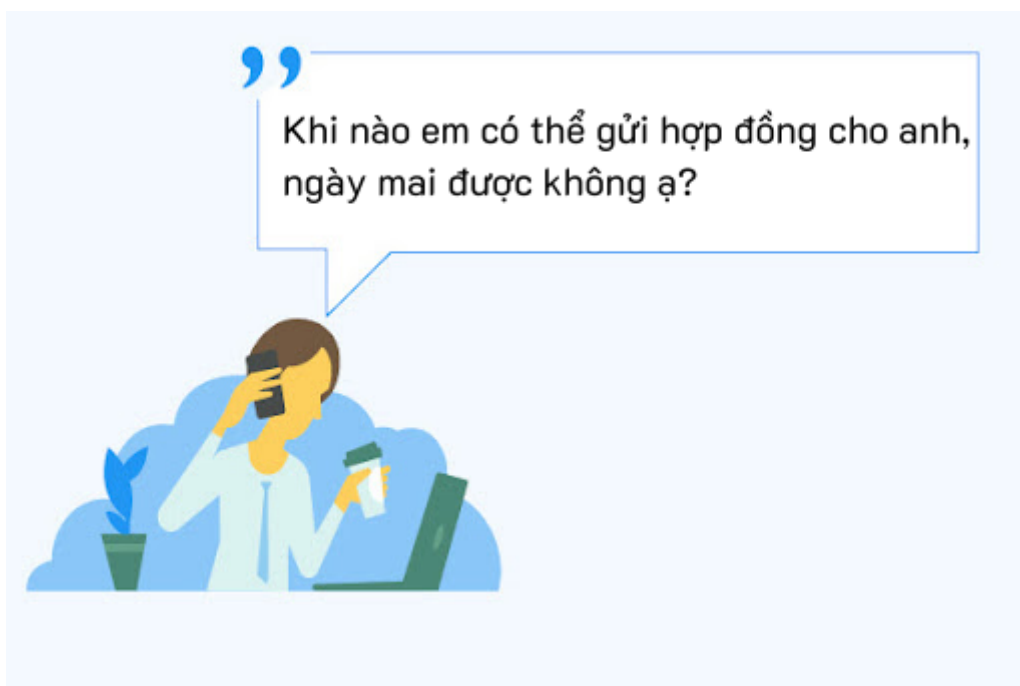
1. Kỹ thuật chốt sale “Sự mặc định”	4
2. Kỹ thuật chốt sale “Đề nghị dừng giao dịch”	4
3. Kỹ thuật chốt sale “Bây giờ hoặc không bao giờ”	6
4. Kỹ thuật chốt sale “Tóm tắt”	6
5. Kỹ thuật chốt sale “ Cho đi mà không nhận lại”	7
6. Kỹ thuật chốt sale “Sự phản đối”	8
7. Kỹ thuật chốt sale “Ben Franklin”	9
8. Kỹ thuật chốt sale “Góc nhọn”	10
9. Kỹ thuật chốt sale “Dựa trên nhu cầu”	11
10. Kỹ thuật chốt sale “Thang điểm”	12
11. Kỹ thuật chốt sale với “Công cụ trực quan”	13
12. Kỹ thuật chốt sale “Sự đồng cảm”	14
13. Kỹ thuật chốt sale “Người nghệ nhân”	15
14. Kỹ thuật chốt sale “Lựa chọn thay thế”	16
15. Kỹ thuật chốt sale “Chi phí cơ hội”	17
16. Kỹ thuật chốt sale “Nhấn mạnh vào quyền sở hữu”	18
17. Kỹ thuật chốt sale “Thời điểm tốt nhất”	19
18. Kỹ thuật chốt sale “Đặt lịch”	20
19. Kỹ thuật chốt sale bằng “Sự bảo chứng khách hàng”	21
20. Kỹ thuật chốt sale “Đặt câu hỏi”	22
21. Kỹ thuật chốt sale “Mềm”	23
22. Kỹ thuật chốt sale “Không gây ảnh hưởng”	24
23. Kỹ thuật chốt sale “Nếu tôi làm - liệu bạn có”	25
24. Kỹ thuật chốt sale “Sự tùy chọn”	26
25. Kỹ thuật chốt sale “Lùi lại”	27
26. Kỹ thuật chốt sale “Chú chó con”	28
27. Kỹ thuật chốt sale “Cứng”	29
28. Kỹ thuật chốt sale “Sự kiện sắp xảy ra”	30
29. Kỹ thuật chốt sale “Thăm dò ý kiến”	31
30. Kỹ thuật chốt sale “70/30”	32
<b>Tổng kết</b>	<b>32</b>

## 1. Kỹ thuật chốt sale “Sự mặc định” - The Assumptive Close

Đây là một kỹ thuật chốt sale phổ biến, được sử dụng khi nhân viên bán hàng mặc định rằng giao dịch đã được thực hiện. Họ sử dụng kỹ thuật này khi khách hàng tiềm năng đã trải qua hầu hết các bước của quy trình bán hàng nhưng vẫn chưa xác nhận giao dịch.

Chốt Sale mặc định hiệu quả vì nó không cho phép khách hàng tiềm năng nghĩ về đề nghị của bạn. Việc cho họ thời gian suy nghĩ, có thể tạo ra nhiều vấn đề và sự phản đối từ phía khách hàng, khiến họ rút lui hoàn toàn khỏi giao dịch.

### Ví dụ



## 2. Kỹ thuật chốt sale “Đề nghị dừng giao dịch” - The Take Away Close

*Hãy đề nghị dừng giao dịch để chứng kiến sự thay đổi tốt lên trong hành vi của khách hàng*

Chiêu này cũng hoạt động tốt với các khách hàng tiềm năng.

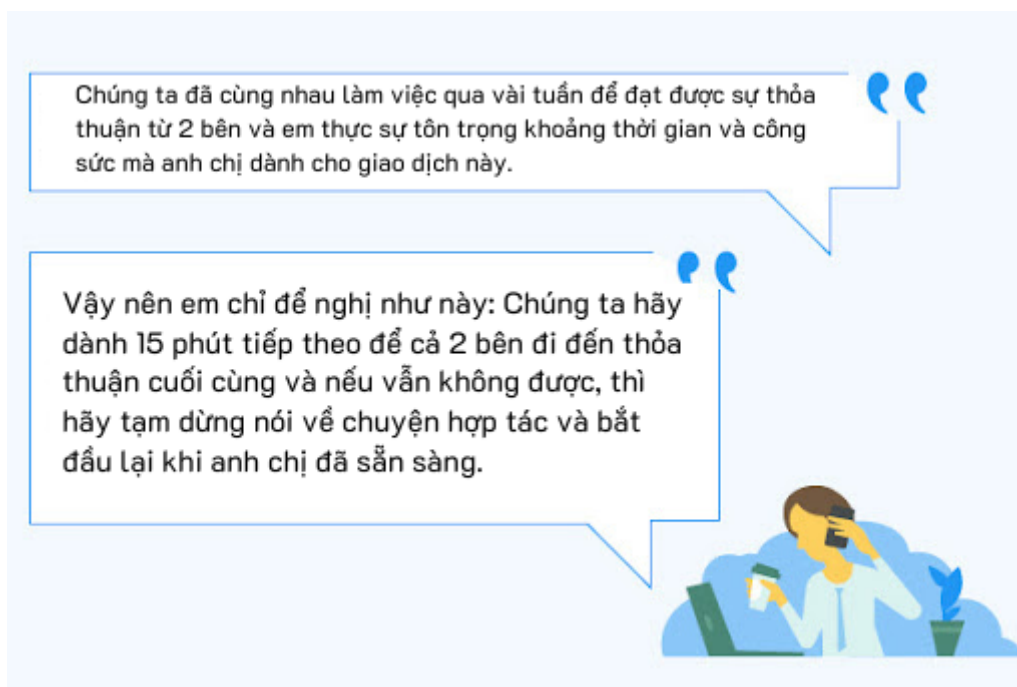
Bạn sắp kết thúc giao dịch, nhưng khách hàng không muốn tiếp tục. Họ đột nhiên đưa ra những lời phàn nàn với mong muốn nhận các ưu đãi. Một nhân

viên Sales mới vào nghề thường sẽ nhượng bộ và đồng ý các khiếu nại đầy chỉ vì mục đích chốt được Sale. Mặt khác, các Sales lâu năm sẽ không làm gì.

Sử dụng kỹ thuật này, bạn có thể đề nghị dừng toàn bộ giao dịch với khách hàng để khiến họ chấp nhận nó. Kỹ thuật này có thể được sử dụng cho các khách hàng tiềm năng mất nhiều thời gian đàm phán.

Lý do tại sao điều này lại hiệu quả là do lúc này khách hàng sẽ hiểu ra rằng bạn không nhượng bộ, sản phẩm của bạn xứng đáng với mức giá ấy. Điều này cũng khiến khách hàng suy xét lại về sản phẩm chất lượng mà họ có thể đang bỏ lỡ, từ đó tăng cơ hội chốt đơn với mức giá và các thỏa thuận như bạn mong muốn..

### Ví dụ




### 3. Kỹ thuật chốt sale “Bây giờ hoặc không bao giờ” - The Now or Never Close

Còn được gọi là **chốt sale khẩn cấp**, sử dụng khi bạn gây áp lực lên khách hàng tiềm năng để đưa ra quyết định. Kỹ thuật này hoạt động khi được kết hợp với **các chương trình ưu đãi đặc biệt / miễn phí sản phẩm** trong một khoảng thời gian giới hạn.

Kỹ thuật này được sử dụng tốt nhất khi khách hàng tiềm năng đang nói về việc mua sản phẩm. Tương tự như kỹ thuật “Đề nghị dừng giao dịch”, cảm giác cấp bách xuất hiện và nỗi sợ bị bỏ lỡ chương trình ưu đãi sẽ thúc đẩy khách hàng tiềm năng mua sản phẩm.

### Ví dụ



 Dành cho bạn

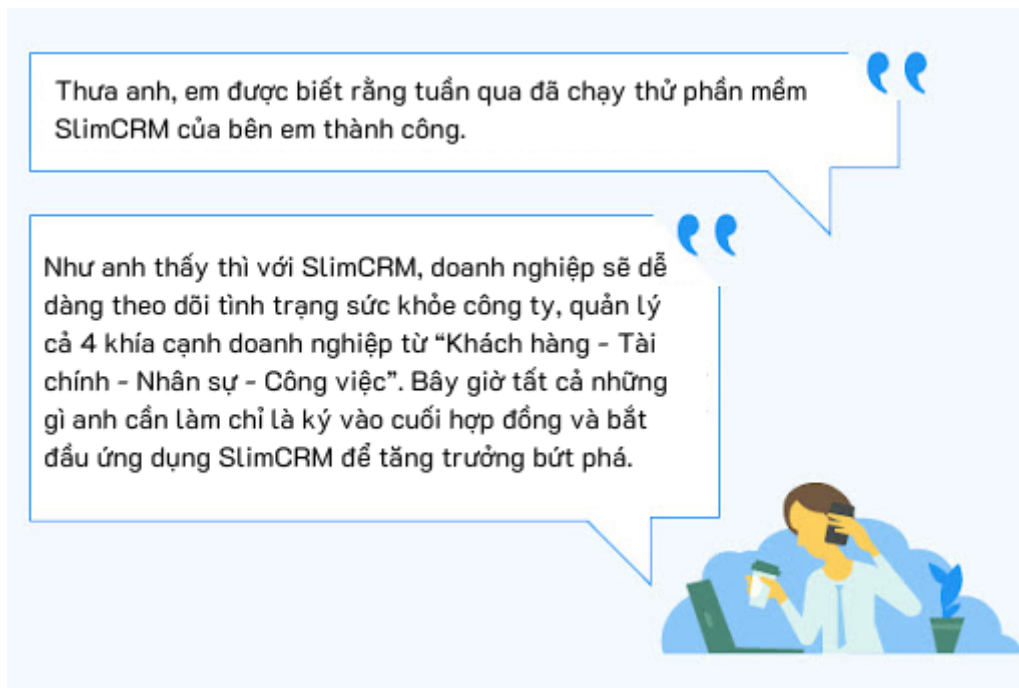
Ma trận quản lý thời gian dành cho Sales **TẢI NGAY**

## 4. Kỹ thuật chốt sale “Tóm tắt” - The Summary Close

Giống như việc một luật sư đưa ra một lập luận kết thúc phiên tòa, khi không có các sự thật hoặc mối quan tâm mới nào được đề cập đến tại đây. Chỉ cần một hành động đơn giản là **tóm tắt có chọn lọc** những **điểm nổi bật** và hướng đến việc đưa ra một **kết luận** hợp lý về sản phẩm bằng cách kết nối các dấu chấm câu.

Kỹ thuật này sẽ hoạt động tốt nếu bạn và khách hàng đã trải qua một cuộc thảo luận/đánh giá sâu rộng trong một khoảng thời gian và bây giờ là lúc để chuyển sang phần chốt sale.

### Ví dụ



## 5. Kỹ thuật chốt sale “ Cho đi mà không nhận lại” - Something For Nothing Close

Con người có xu hướng đáp trả lại những hành động tốt.

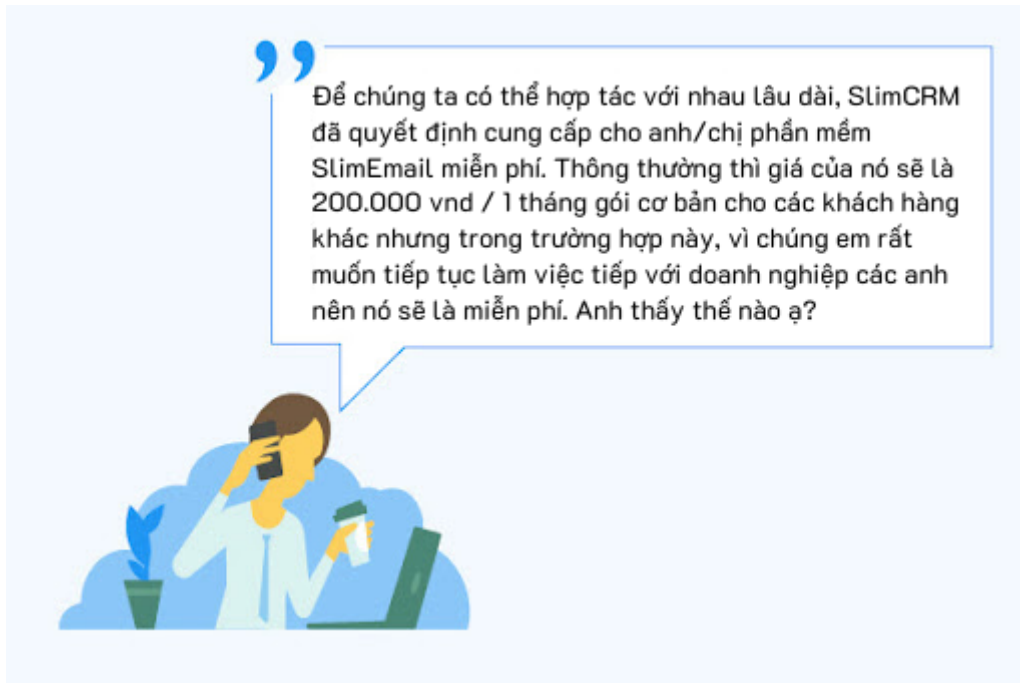
Nguyên tắc có đi có lại của Tiến sĩ Robert Cialdini chứng minh rằng việc đáp lại một hành động tích cực bằng một hành động tích cực khác là một chuẩn mực xã hội.

Kỹ thuật “Cho đi mà không nhận lại” hoạt động dựa vào khái niệm này. Bạn cung cấp cho khách hàng tiềm năng **một tiện ích bổ sung miễn phí / một tính năng bổ sung** cùng thiện chí và họ sẽ có nghĩa vụ phải làm điều gì đó để đổi lại - điều gì đó, trong trường hợp này, có thể là việc mua sản phẩm.

Kỹ thuật “Cho đi mà không nhận lại” hoạt động tốt bởi vì mọi người thường thích những thứ miễn phí. Để làm rõ, thứ miễn phí mà bạn cung cấp phải có giá

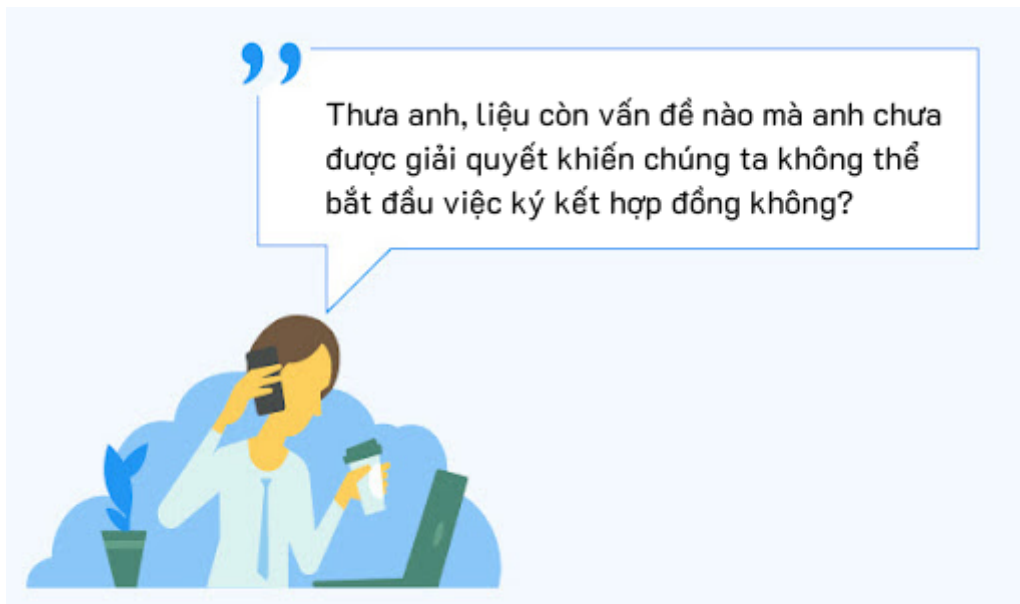
trị đối với họ và ít giá trị hơn đối với bạn. Ví dụ, bạn không thể cung cấp cho họ những tháng miễn phí sử dụng sản phẩm nằm trong gói trả phí.

### Ví dụ



## 6. Kỹ thuật chốt sale “Sự phản đối” - The Objection Close

Khi bạn đã chắc chắn rằng khách hàng tiềm năng đã hiểu mọi thứ về sản phẩm và những gì nó cung cấp, hãy thử kết thúc giao dịch bằng cách hỏi họ về bất kỳ “sự phản đối” hay là sự không hài lòng nào họ có thể có đối với sản phẩm.





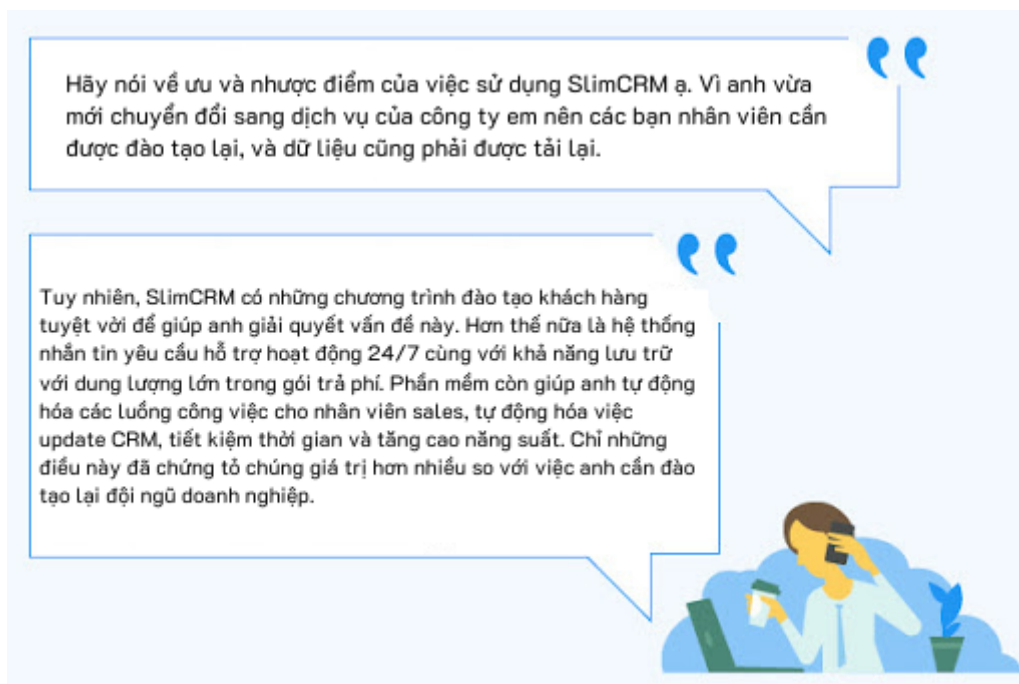
Cách tiếp cận này cho phép khách hàng tiềm năng đưa ra bất kỳ phản đối hoặc sự nghi ngờ sản phẩm họ cần phải làm rõ trước mà không từ chối giao dịch

## 7. Kỹ thuật chốt sale “Ben Franklin” - The Ben Franklin Close

Benjamin Franklin không chỉ là một nhà phát minh và chính trị gia vĩ đại, ông còn là một nhà kinh doanh lỗi lạc. Bất cứ khi nào ông do dự về điều gì đó, Benjamin Franklin sẽ liệt kê những ưu và nhược điểm của quyết định đó. Chiến thuật đơn giản này có tiềm năng to lớn khi chốt sale.

**Liệt kê những ưu và nhược điểm** của sản phẩm sẽ giúp khách hàng tiềm năng hình dung sản phẩm của bạn có giá trị như thế nào đối với họ. Cách tốt nhất được sử dụng khi khách hàng tiềm năng do dự có nên mua sản phẩm hay không, bạn có thể khiến họ liệt kê những ưu và nhược điểm và khi họ thấy rằng ưu điểm nhiều hơn nhược điểm, khả năng bạn chốt giao dịch sẽ cải thiện.

### Ví dụ



 Mẹo hay

**Tính năng Smart View** trên SlimCRM giúp Sales không bỏ lỡ cơ hội nóng, tăng tỷ lệ chốt Sale **TRẢI NGHIỆM NGAY**

## 8. Kỹ thuật chốt sale “Góc nhọn” - The Sharp Angle Close

Kỹ thuật chốt sale “góc nhọn” được sử dụng tốt nhất khi khách hàng tiềm năng có nhiều khả năng sẽ mua sản phẩm của bạn, nhưng có một vấn đề dai dẳng đang ngăn cản họ. Họ đưa ra sự phản đối này dưới dạng thách thức như “bạn có thể phân phối sản phẩm không” hoặc “sản phẩm có vấn đề”, v.v. Sử dụng chiến thuật góc nhọn, bạn có thể **trả lời câu hỏi này bằng một câu hỏi khác** có liên quan với hy vọng chốt được thỏa thuận.

Nếu bạn nhận được phản hồi tích cực, thỏa thuận đã được thực hiện và thành công. Ngược lại, nếu bạn tình cờ nhận được câu trả lời tiêu cực, bạn biết rằng họ không quá nghiêm túc về giao dịch này hoặc còn một vấn đề khác. Tại đây bạn có cơ hội thứ hai để làm rõ bất kỳ vấn đề nào khác mà họ có.

### Ví dụ



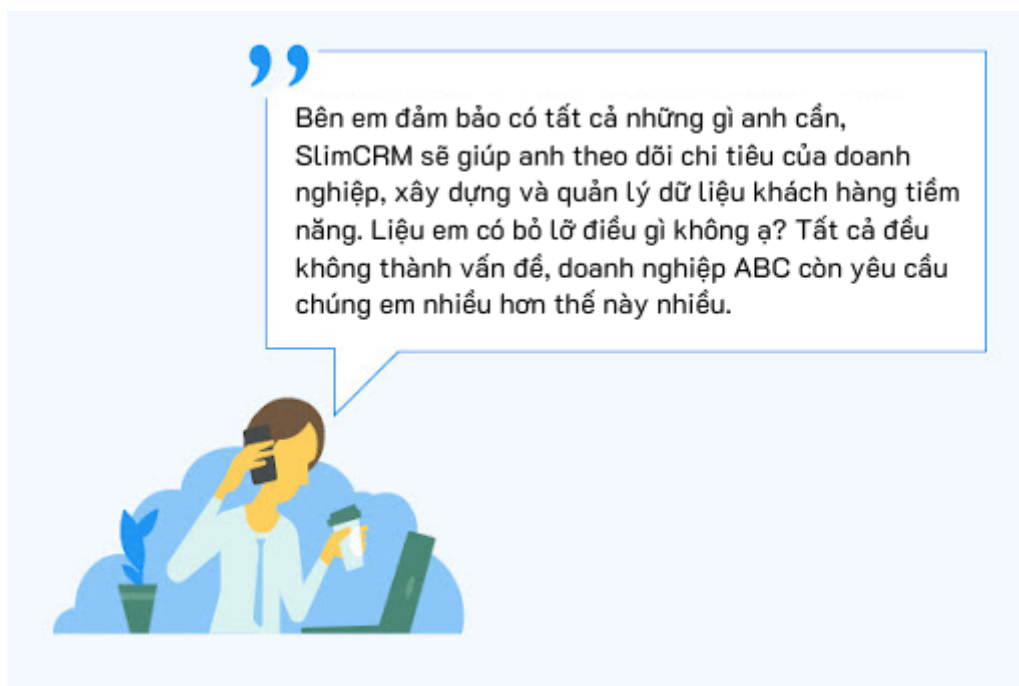
## 9. Kỹ thuật chốt sale “Dựa trên nhu cầu” - The Need Close

Đáp ứng nhu cầu của khách hàng tiềm năng là cách tốt nhất để khiến họ mua sản phẩm và đó là những gì kỹ thuật chốt sale “Dựa trên nhu cầu” thực hiện. Đầu tiên, hãy liệt kê những thứ khách hàng tiềm năng cho biết họ cần từ sản

phẩm của bạn. Sau đó, xem lại danh sách so với sản phẩm và bắt đầu đánh dấu chọn những **lợi ích** phù hợp. Càng nhiều ô được đánh dấu, sản phẩm càng phù hợp với khách hàng tiềm năng.

Kỹ thuật này hoạt động trong các tình huống khách hàng tiềm năng không chắc chắn về cách sản phẩm sẽ mang lại lợi ích cho họ. Bằng cách liệt kê và đánh dấu những lợi ích phù hợp, bạn đang cho khách hàng tiềm năng thấy sản phẩm của bạn đang giúp họ như thế nào.

### Ví dụ



## 10. Kỹ thuật chốt sale “Thang điểm” - The Scale Close

Nhân viên Sales: “Trên thang điểm từ một đến mười, mức độ quan tâm của anh đến sản phẩm SlimCRM như thế nào?”

Khách hàng tiềm năng: “Tôi sẽ cho một điểm tám.

Nhân viên Sales: “Chà! Tuyệt vời. Em chỉ hơi tò mò tại sao lại là tám? ”

Khách hàng tiềm năng: “Tôi thích các tính năng giao việc, theo dõi tiến độ công việc hay quản lý chi tiêu của bạn và tôi có cảm giác đó là những tính năng sẽ giúp ích nhiều nhất cho công ty chúng tôi.

Nhân viên Sales: “Hầu hết khách hàng của Slim CRM cũng yêu thích chúng. Tuyệt vời, nhưng em tò mò tại sao nó không phải là điểm mười ”

Khách hàng tiềm năng: “Mặc dù sản phẩm của bạn có những tính năng tuyệt vời như vậy, nhưng chúng tôi cảm thấy rằng nó hơi đắt.”

Nhân viên Sales: “Em đồng ý. Nhưng khi bắt đầu sử dụng **Slim CRM** thì anh sẽ nhận ra rằng ROI (Return on Investment) trên sản phẩm so với giá phải trả là rất đáng để đầu tư, đến mức chi phí sẽ không còn là vấn đề. **Slim CRM** chưa bao giờ có một khách hàng quay lại đây và phàn nàn về giá cả ”.

Trước khi chốt sale, nếu bạn cần biết **mức độ quan tâm** của khách hàng tiềm năng đối với sản phẩm, tốt nhất bạn nên tiếp cận họ với câu hỏi **“Trên thang điểm 1-10 ... ”**.

Dựa trên cách họ đánh giá, bạn có thể giải quyết các vấn đề của họ nếu điểm thấp hoặc tiến hành chốt giao dịch nếu họ cho điểm cao. Điều này sẽ giúp bạn phân tích sự hứng thú từ khách hàng tiềm năng và cơ hội để giải quyết các vấn đề còn tồn đọng của họ.

## 11. Kỹ thuật chốt sale với “Công cụ trực quan” - The Visual Close

Sử dụng các **công cụ hỗ trợ trực quan** như biểu đồ, video hoặc thậm chí các loại bảng với những ưu và nhược điểm được liệt kê trên đây, bạn có thể chốt sale tốt hơn. Kỹ thuật chốt sale với “công cụ trực quan” khá phổ biến với các nhân viên sales vì nó thu hút nhận thức trực quan của khách hàng tiềm năng và như chúng ta đều biết, một bức tranh có giá trị bằng một nghìn từ.

Khách hàng tiềm năng sẽ dễ dàng hình dung những gì bạn đang cố gắng đưa ra hơn. Rốt cuộc, bộ não con người xử lý hình ảnh nhanh hơn 60 nghìn lần so với xử lý từ ngữ.

**Demo****Team Onboarding****Successful Pilot****Terms and Conditions****Contract Execution**

Tăng trưởng vượt bậc

Nhận ngay **hoa hồng 50%** khi trở thành đối tác bán hàng với SlimCRM**TÌM HIỂU TẠI ĐÂY**

## 12. Kỹ thuật chốt sale “Sự đồng cảm” - The Empathy Close

Không phải mọi giao dịch đều phải chốt bằng sự thúc ép liên tục từ nhân viên sales. Đôi lúc bạn nên thể hiện sự đồng cảm với khách hàng.

Kỹ thuật chốt sale “Sự đồng cảm” cho phép bạn **sử dụng cảm xúc** để hiểu tình huống khách hàng tiềm năng đang gặp phải. Khi khách hàng tiềm năng nói với bạn họ chưa sẵn sàng đưa ra quyết định, đôi khi sẽ tốt hơn nếu cho họ thêm thời gian để suy nghĩ thay vì cố gắng để chốt được giao dịch.

Đồng cảm với khách hàng tiềm năng của bạn có thể giúp **xây dựng mối quan hệ đặc biệt** với họ, điều này có thể hữu ích về mặt lâu dài.

**Ví dụ**



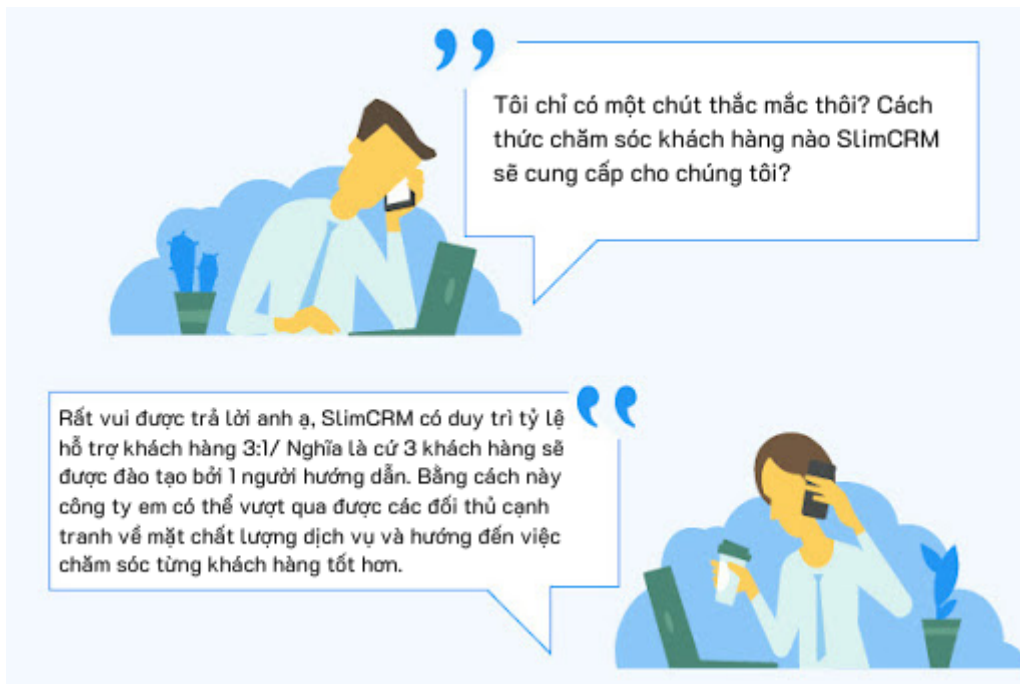


### 13. Kỹ thuật chốt sale “Người nghệ nhân” - The Artisan Close

Kỹ thuật chốt sale “người nghệ nhân” cho phép bạn làm nổi bật khối lượng công việc, kỹ năng và thời gian đã đầu tư vào sản phẩm. Nó khác với các tiêu chuẩn kỹ thuật chốt sale thông thường bằng cách tập trung nhiều hơn vào **sự kỳ công của quá trình tạo ra sản phẩm**, thay vì khách hàng tiềm năng hoặc lợi ích của sản phẩm của bạn.

Kỹ thuật này hiệu quả nhất với những khách hàng tiềm năng đang đánh giá cao điều gì đó được xây dựng trên sự kỳ công và tỉ mỉ. Nhấn mạnh vào điều đó giúp sản phẩm có giá trị cao hơn và mang lại sự đánh giá cao trong mắt khách hàng tiềm năng, giúp bạn dễ dàng chốt sale hơn.

#### Ví dụ



## 14. Kỹ thuật chốt sale “Lựa chọn thay thế” - The Alternative Close

Kỹ thuật “Lựa chọn thay thế” là một biến thể của kỹ thuật chốt sale “Lựa chọn mặc định”, trong đó bạn giả định rằng khách hàng tiềm năng quan tâm đến sản phẩm và bạn cung cấp cho họ **2 lựa chọn để thay thế cho nhau** sẽ giúp giao dịch tiếp tục diễn ra.

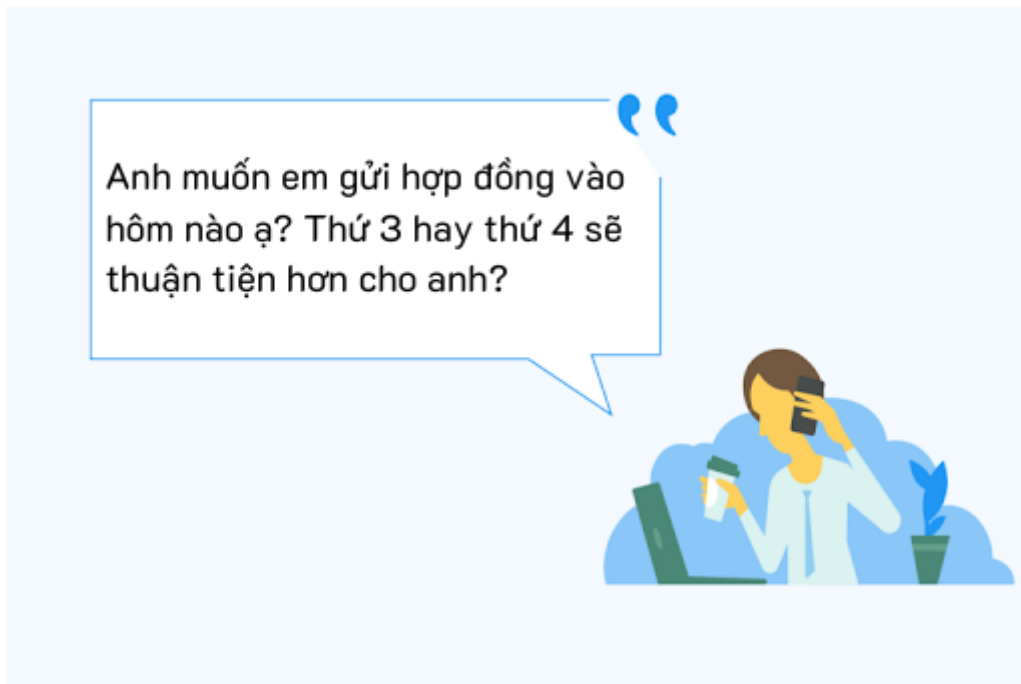
Lợi ích là bất kể lựa chọn nào họ chọn, nó luôn giúp bạn tiến một bước về việc chốt giao dịch thành công.

Kỹ thuật này hoạt động tốt nhất với những khách hàng tiềm năng không có bất kỳ thắc mắc nào về sản phẩm hoặc bất kỳ phản đối nào về giá cả, tính năng, v.v.

### Tại sao nó lại hiệu quả?

Bằng cách cho họ lựa chọn, bạn đơn giản hóa quá trình ra quyết định và dễ dàng khiến họ mua sản phẩm.

### Ví dụ



## 15. Kỹ thuật chốt sale “Chi phí cơ hội” - The Opportunity Cost Close

Theo thuật ngữ kinh doanh, **Chi phí cơ hội (opportunity cost)** là chi phí (thiệt hại) của việc bỏ qua một thứ gì đó hoặc là chi phí (thiệt hại) bạn phải gánh chịu khi không làm điều gì đó. Kỹ thuật này nhấn mạnh vào những gì khách hàng tiềm năng sẽ **bỏ lỡ** nếu họ không thực hiện giải pháp của bạn.

Khi sử dụng kỹ thuật chốt sale “Chi phí cơ hội”, hãy nhấn mạnh lý do tại sao mua sản phẩm không phải là một khoản chi tiêu mà là một khoản đầu tư - làm nổi bật ROI mà họ sẽ được hưởng như hiệu quả tốt hơn, tiết kiệm thời gian, v.v. có giá trị hơn nhiều về lâu dài, so với những gì họ sẽ chi cho sản phẩm.

Cách làm này khiến cho khách hàng tiềm năng nhận ra rằng họ càng chậm trễ trong việc hay không mua thì họ càng chịu nhiều thua thiệt.

## 16. Kỹ thuật chốt sale “Nhấn mạnh vào quyền sở hữu” - The Ownership Close



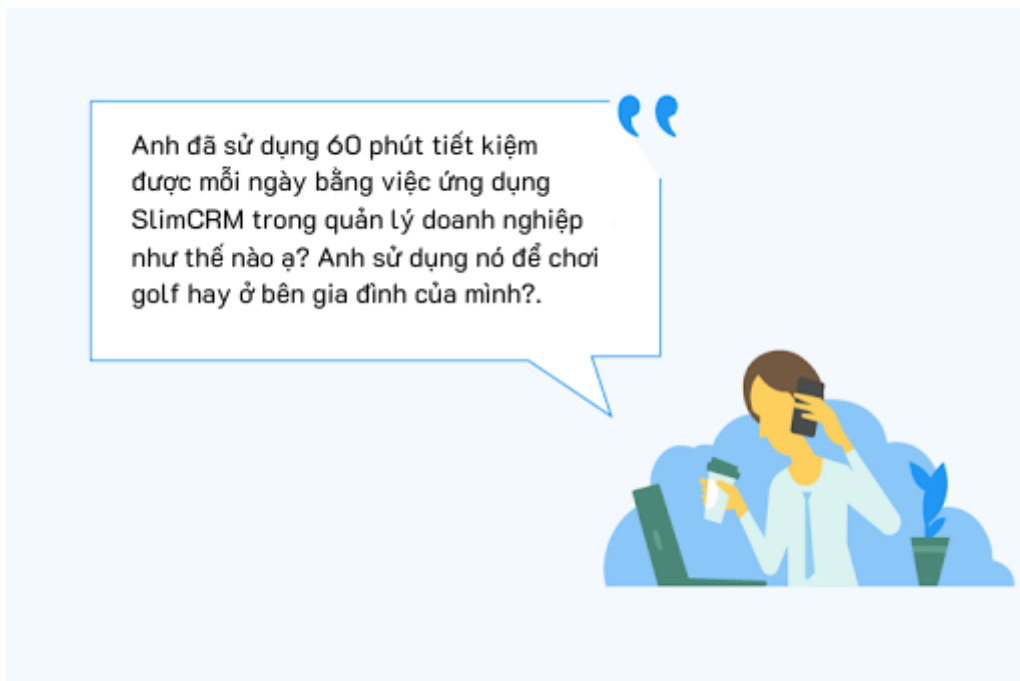
Bạn có bắt gặp một trong những nhân viên bán xe đang chào hàng, nói chuyện như thể bạn đã sở hữu chiếc xe đó - Hỏi những câu hỏi như nhà để xe của bạn có cần sửa chữa lại hay không hoặc tần suất sử dụng v.v.

Với kỹ thuật này, người bán sẽ nói về **viễn cảnh** khi người mua sở hữu sản phẩm.

Bạn hãy vẽ ra một bức tranh về công việc kinh doanh của khách hàng tiềm năng sẽ thay đổi theo chiều hướng tốt hơn như một giả thuyết, chiến lược này hoạt động tốt nhất khi được hỗ trợ bởi các dữ kiện cho thấy các chỉ số chính của họ sẽ được cải thiện như thế nào khi họ mua sản phẩm - Kể những câu chuyện hấp dẫn về các điều khoản mục tiêu đã đạt được, các hợp đồng đã đạt được, v.v. sẽ khiến khách hàng tiềm năng ngay lập tức nhảy vào và bắt đầu sử dụng sản phẩm.

Bằng cách liên tục nêu rõ những lợi ích họ sẽ được hưởng, bạn tạo ra một suy nghĩ rằng sản phẩm sẽ cải thiện hoạt động kinh doanh của họ, do đó giúp bạn dễ dàng chốt được sale.

### Ví dụ



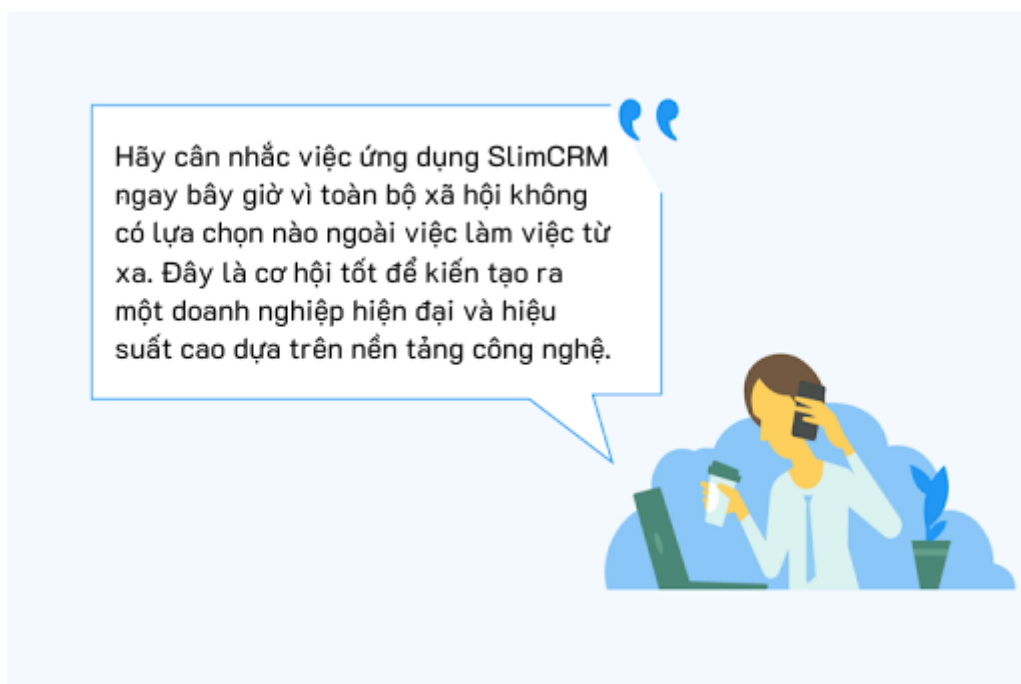
## 17. Kỹ thuật chốt sale “Thời điểm tốt nhất” - The ‘Best Time to’ Close

Đây là một kỹ thuật rất hiệu quả để sử dụng khi bạn nhận thấy có một sự kiện sắp diễn ra liên quan đến khách hàng tiềm năng - bạn sử dụng thời điểm xảy ra đúng lúc để thuyết phục họ, tại sao bây giờ là thời điểm thích hợp để đầu tư vào sản phẩm của bạn:

### Ví dụ

- *Khách hàng tiềm năng có mở rộng hoạt động kinh doanh của họ không?*
- *Có phải một trong những đối thủ cạnh tranh vừa có một nguồn tài trợ mới?*
- *Bạn đang có đợt giảm giá vào Black Friday với mức chiết khấu khủng?*

Bạn liên kết các sự kiện đó với sản phẩm của mình và đưa ra những tuyên bố thuyết phục nhấn mạnh lý do tại sao đây là thời điểm tốt nhất để mua hàng.





## CHƯƠNG TRÌNH

### Trở thành đối tác với SlimCRM.vn

- ✓ Sản phẩm tốt, dễ phân phối
- ✓ Hoa hồng hấp dẫn 50%
- ✓ Được cấp tài liệu, đào tạo bài bản
- ✓ Được cung cấp cơ hội chốt Sale

📞 0899.172.899

**ĐĂNG KÝ THAM GIA**



## 18. Kỹ thuật chốt sale “Đặt lịch” - The Calendar Close

Sẽ có một số khách hàng tiềm năng sẽ đứng trước các rào cản khi ký hợp đồng.

Bạn không thể chờ đợi mãi cho họ quyết định. Đồng thời, bạn cũng không thể từ bỏ chúng, bởi vì ta đã rất gần đến việc chốt sale.

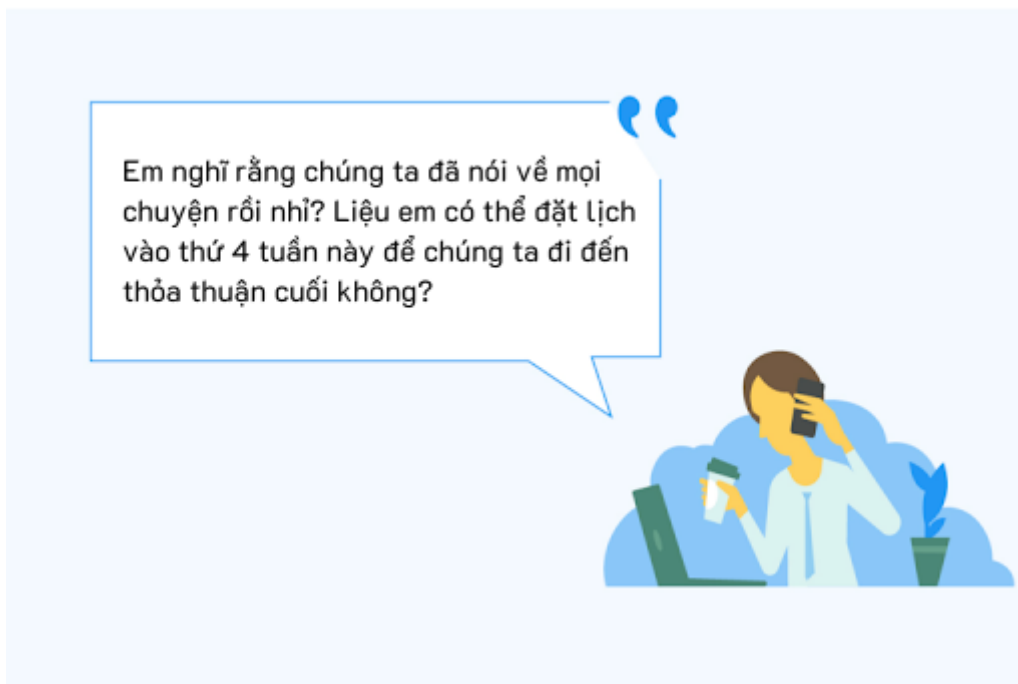
### Bạn làm gì, trong trường hợp đó?

Bạn đề xuất một ngày trong tương lai gần để hoàn tất thỏa thuận.

Bằng cách này, bạn **loại bỏ sự phức tạp của việc trao đổi thông tin qua lại** và xác định rõ ràng khung thời gian khách hàng tiềm năng sẽ đi đến quyết định.

Dựa trên phản ứng của họ, bạn cũng có thể xác định mức độ cam kết của khách hàng tiềm năng trong việc ký kết thỏa thuận.

### Ví dụ



## 19. Kỹ thuật chốt sale bằng “Sự bảo chứng của khách hàng” - The Testimonial Close

Đây là một kỹ thuật mạnh mẽ giúp bạn xây dựng lòng tin và sự tín nhiệm đối với các khách hàng tiềm năng là yếu tố then chốt cho bất kỳ mối quan hệ kinh doanh nào.

Khi sử dụng kỹ thuật này, thay vì tự nói về sản phẩm, bạn chia sẻ kinh nghiệm của những người dùng thực tế đã được hưởng lợi từ sản phẩm.

Các ý kiến đánh giá có hiệu quả bởi vì chúng đến từ những người đã thực sự sử dụng sản phẩm và yêu thích nó - ý kiến của họ là trung lập, chân thực và không có bất kỳ thành kiến nào.

Lý do khác tại sao kỹ thuật này hiệu quả là vì khi bạn chia sẻ câu chuyện thành công từ những người dùng tương tự với khách hàng tiềm năng, bạn sẽ **giảm bớt mối quan tâm và nghi ngờ** của họ về việc liệu sản phẩm có thể giúp đạt được mục tiêu hay không.

**Ví dụ**

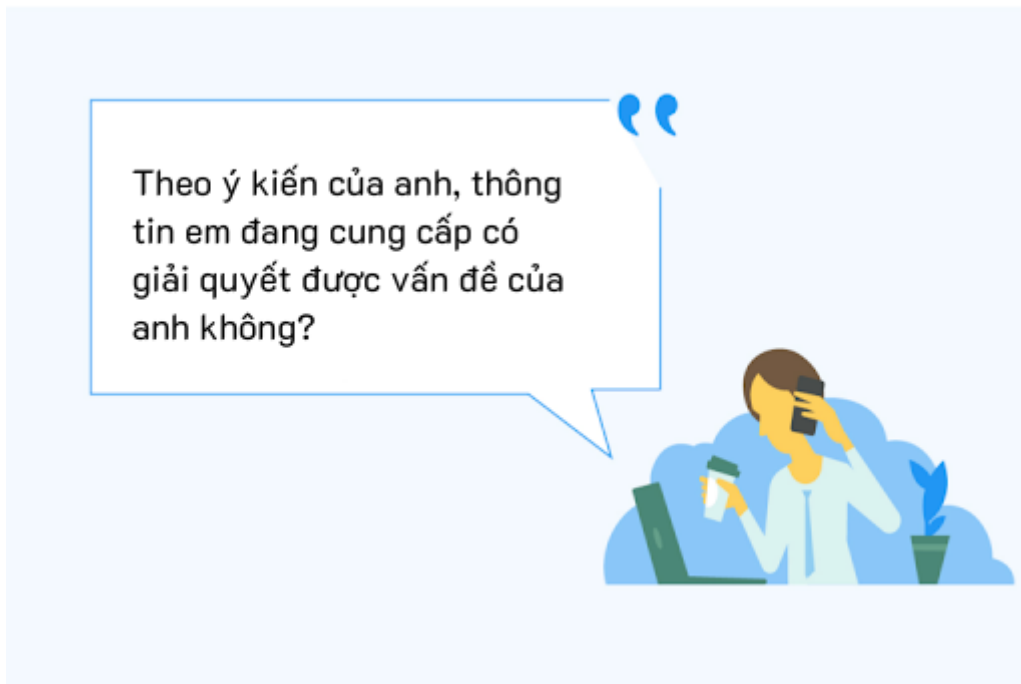


## 20. Kỹ thuật chốt sale “Đặt câu hỏi” - The Thermometer Close

Để thực hiện kỹ thuật này, điều bắt buộc là các nhân viên Sales phải đặt các câu hỏi thăm dò khách hàng tiềm năng. Những nhân viên Sales chuyên nghiệp tập trung vào việc hoàn thành cuộc giao dịch ngay khi cuộc trò chuyện với khách hàng tiềm năng mới bắt đầu. Thông qua một loạt các câu hỏi, họ muốn đáp ứng các mong muốn trong khách hàng và loại bỏ mọi trở ngại.

Họ thậm chí có thể chốt sale dưới dạng một câu hỏi, điều này cho phép các nhân viên sales giải quyết những phản đối còn tồn đọng đồng thời đạt được cam kết từ khách hàng.

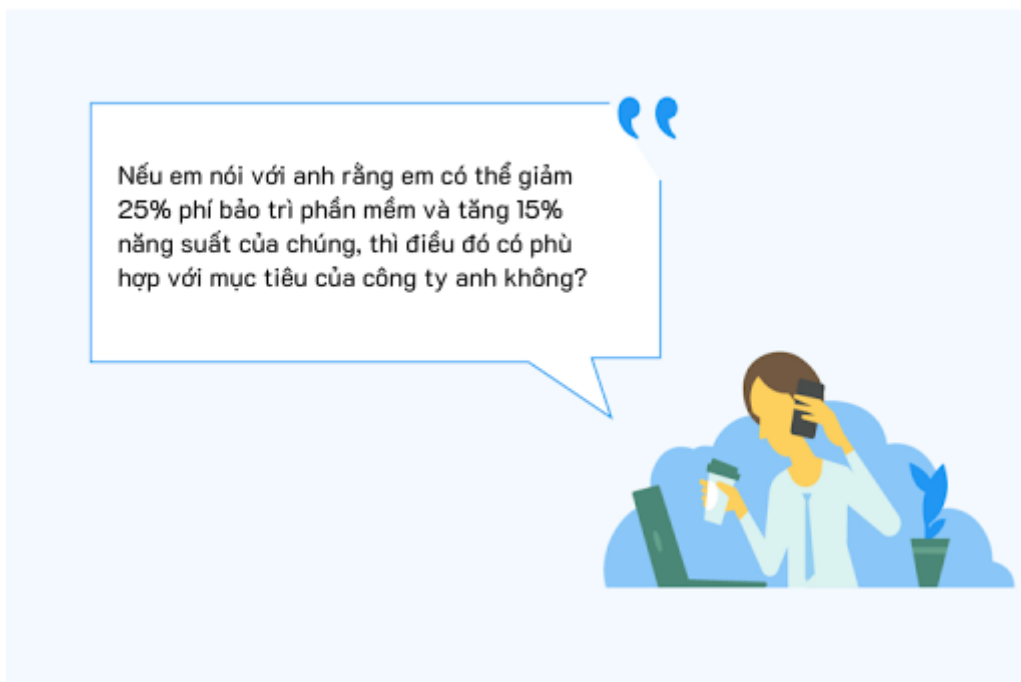
### Ví dụ



## 21. Kỹ thuật chốt sale “Mềm” - The Soft Close

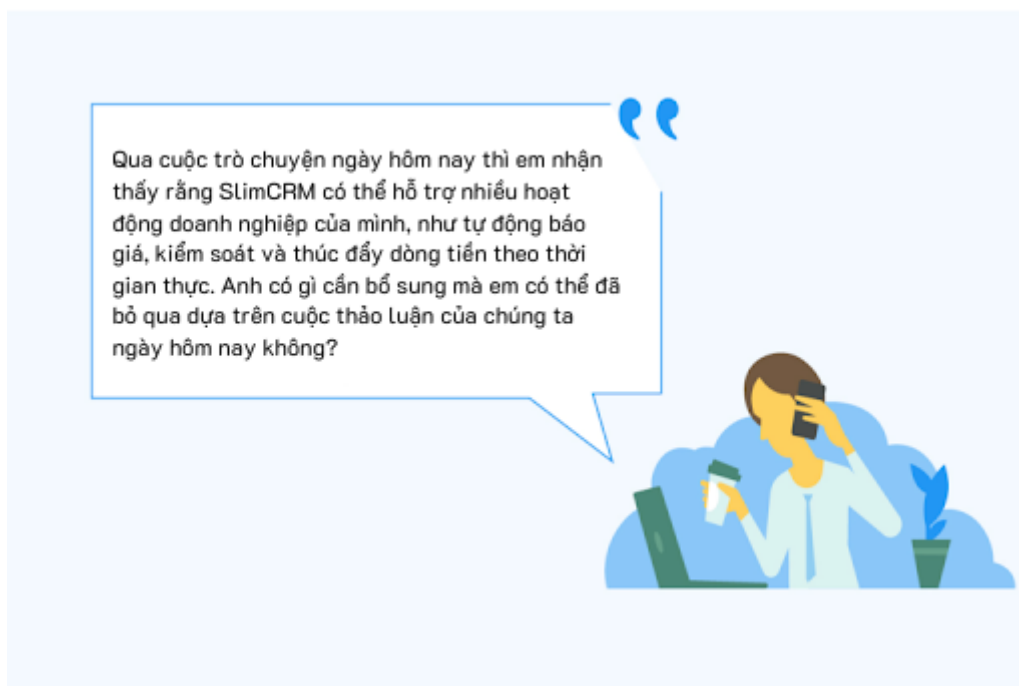
Kỹ thuật này là một cách để cho khách hàng tiềm năng thấy lợi ích của sản phẩm của bạn và sau đó đặt một câu hỏi có tác động thấp để xác định liệu họ có sẵn sàng tìm hiểu thêm hay không.


### Ví dụ



## 22. Kỹ thuật chốt sale “Không gây ảnh hưởng” - The Inoffensive Close

Kỹ thuật này sử dụng các câu hỏi để làm dịu khách hàng và khiến họ đồng ý với ý kiến của chúng ta. Các câu hỏi được tạo ra để khẳng định kiến thức của bạn, xác nhận giá trị đối với khách hàng tiềm năng và đề xuất bước tiếp theo. Nó hoạt động tốt với những khách hàng tiềm năng hay mất định hướng hoặc thích một quy trình chuyên nghiệp hơn là những đề xuất đột ngột. Bởi vì phương pháp sử dụng định dạng câu hỏi và câu trả lời, nó cho phép người mua có khả năng để **định hướng cuộc trò chuyện**.



 Mẹo hay

Chỉ 3 click chuột để tạo và gửi báo giá cho khách hàng duyệt ngay trên Mobile với SlimCRM **TRẢI NGHIỆM NGAY**

(Giả sử khách hàng tiềm năng nói không, hãy hỏi những điều sau theo thứ tự này)

- Sau cuộc trao đổi của chúng ta ngày hôm nay, em còn bỏ lỡ điều gì quan trọng không?
- Liệu các tính năng của **Slim CRM** đã giải quyết được những vấn đề đó chưa?
- Anh có cách nào khác để giải quyết những vấn đề đó không?

- Nếu **Slim CRM** có thể giải quyết những vấn đề đó và bất kỳ kỳ vọng nào mà anh có thể có, anh có sẵn sàng chấp nhận chúng em làm đối tác không?

### 23. Kỹ thuật chốt sale :“Nếu tôi làm - liệu bạn có” - The If I – Will You Close

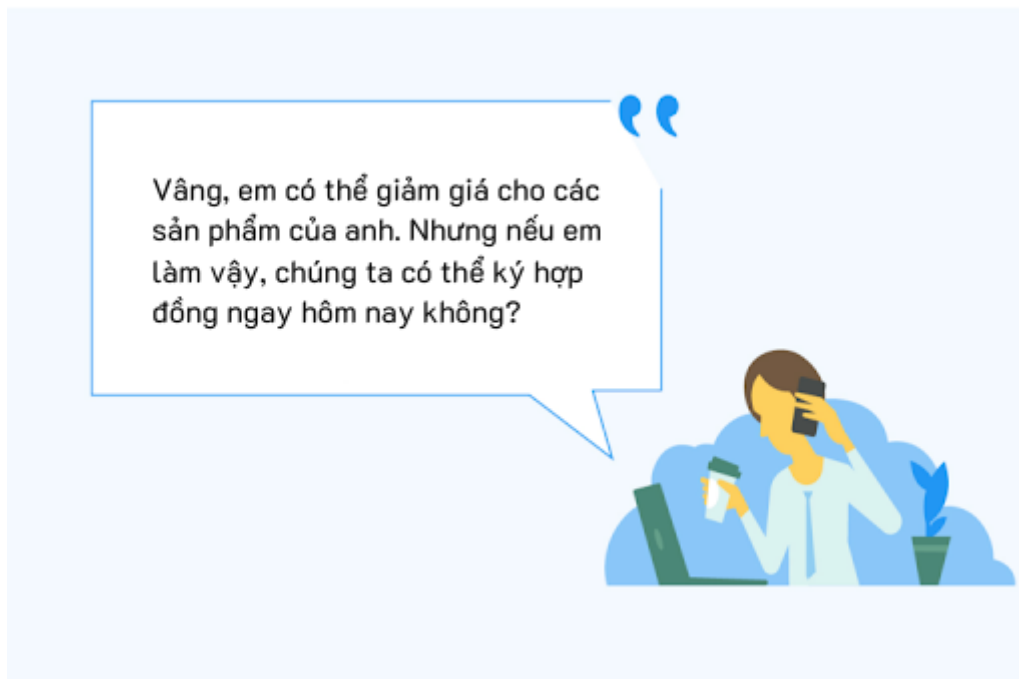
Đây là một kỹ thuật chốt sale truyền thống mang lại cho khách hàng tiềm năng những gì họ cần nhưng đổi lại bạn sẽ nhận được thứ bạn muốn (chốt được hợp đồng).

Kỹ thuật này hiệu quả nhất khi khách hàng tiềm năng muốn giảm giá hoặc một dịch vụ bổ sung miễn phí không nằm trong ưu đãi của bạn. Nó hiệu quả bởi vì bạn đang đưa cho họ đúng thứ mà họ yêu cầu, nhưng chỉ khi họ chốt giao dịch ngay ngày hôm nay.

Nó khiến khách hàng tiềm năng cảm thấy như họ đã chiến thắng trong phi vụ này và đồng ý chốt sale với bạn.

Chỉ cần đảm bảo bạn được sự chấp thuận của người quản lý trước khi sử dụng!

#### Ví dụ





## 24. Kỹ thuật chốt sale “Sự tùy chọn”

Đây là một kỹ thuật chốt sale truyền thống để khách hàng tiềm năng lựa chọn giữa các sản phẩm bạn cung cấp. Nó được sử dụng tốt nhất là trong những tình huống bạn cảm thấy việc giảm bớt sự kỳ vọng vào quá trình chốt sale sẽ có lợi cho mối quan hệ 2 bên.

Nó sẽ cung cấp 2 tùy chọn để khách hàng chọn (cả hai đều là lựa chọn "có").

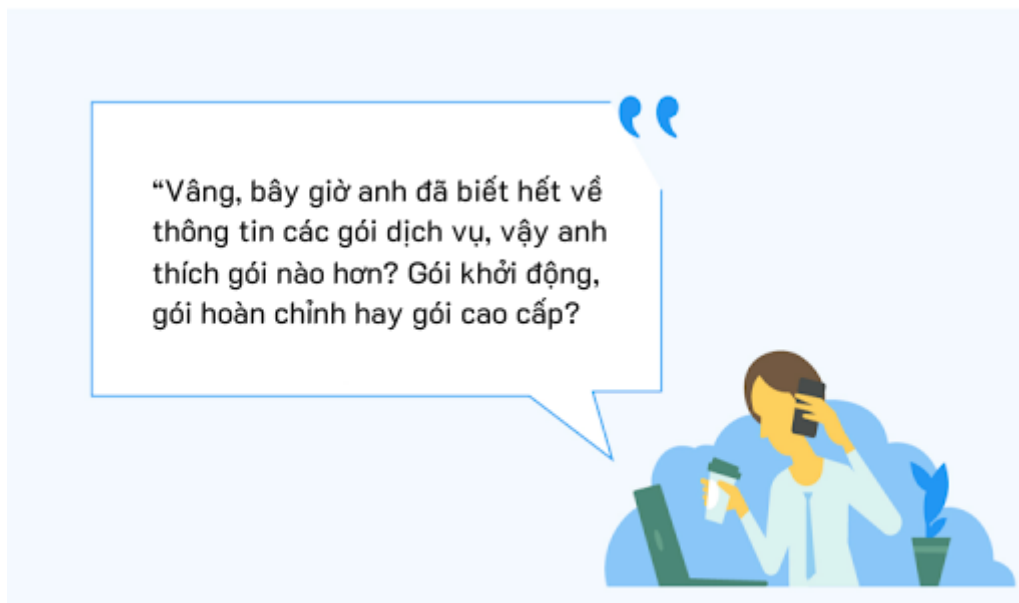
✅ **Ví dụ về những gì bạn nên làm:** Chúng ta có thể bắt đầu đợt trả góp đầu tiên vào cuối tuần này hoặc đầu tuần sau. Hãy lựa chọn thời gian phù hợp nhất cho anh?

❌ **Ví dụ về những điều bạn không nên làm:** Vậy, anh có muốn mua chúng không?

Thay vì yêu cầu khách hàng (và có thể thúc đẩy họ mua quá sớm), bạn chỉ hỏi họ thích chương trình nào hơn. Sau đó, khách hàng tiềm năng sẽ tiến vào quá trình mua hàng mà bớt đi sự miễn cưỡng và áp lực, họ sẽ chọn chương trình mà họ muốn mua.

Kỹ thuật này có liên quan chặt chẽ đến kỹ thuật chốt sale “Mặc định”.

### Ví dụ



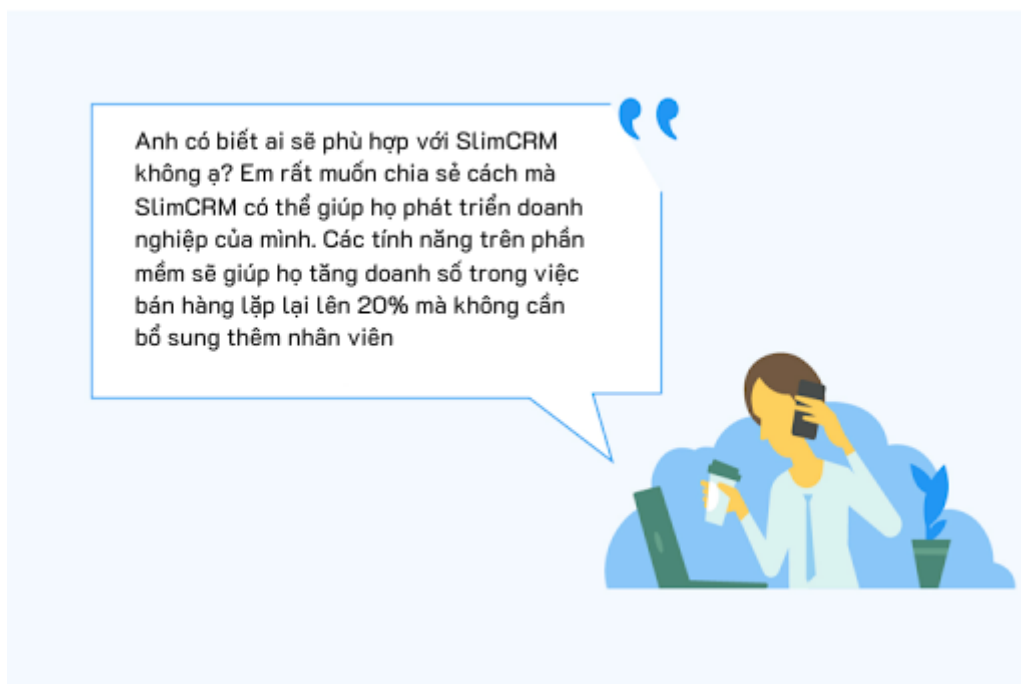
## 25. Kỹ thuật chốt sale “Lùi lại” - The Backwards Close


Kỹ thuật chốt sale “Lùi lại” là một kỹ thuật để xoay chuyển quá trình bán hàng, bắt đầu từ cuối trước bằng cách yêu cầu giới thiệu sản phẩm.

Thông thường, yêu cầu giới thiệu sản phẩm được tiến hành khi bạn đã chốt được sale để tận dụng những cảm giác tích cực xung quanh mối quan hệ mới giữa bạn và khách hàng.

Tuy nhiên, The Balance Careers cho biết kỹ thuật này sẽ hữu ích vì nó giúp khách hàng tiềm năng cảm thấy thoải mái khi họ cảm thấy như bạn không cố gắng bán bất cứ thứ gì cho họ. Tuy nhiên, sau khi bắt đầu nói chuyện, bạn có thể quay trở lại giai đoạn thẩm định khi mô tả các tính năng và lợi ích để chốt sale.

### Ví dụ



 Dành cho bạn

**Cẩm nang xây dựng đội ngũ bán hàng từ xa hiệu suất cao **TÀI NGAY****

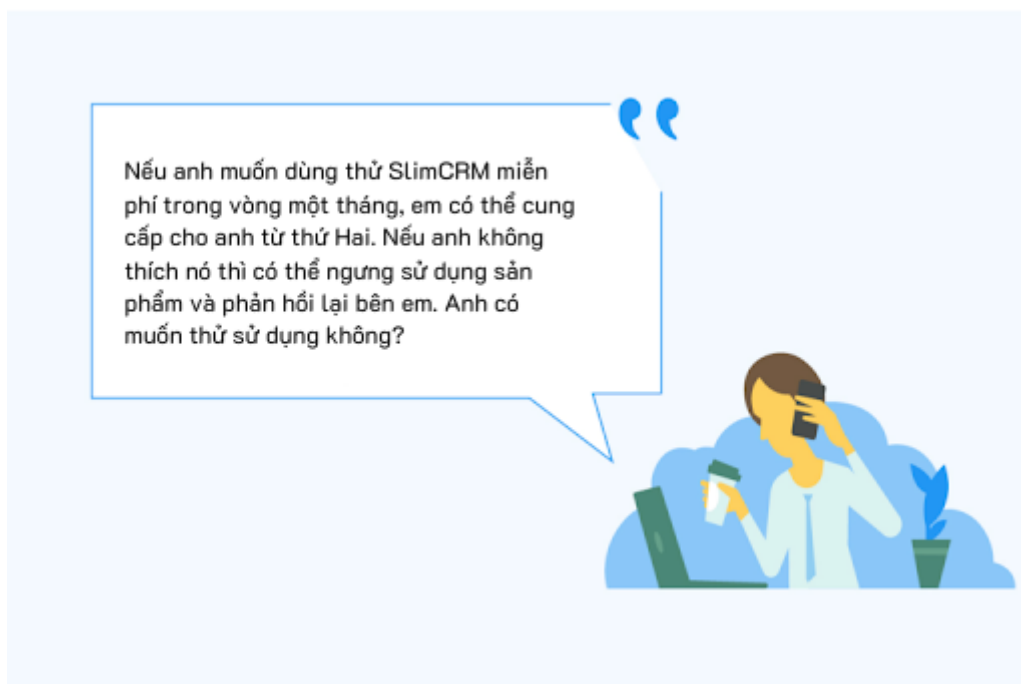
## 26. Kỹ thuật chốt sale “Chú chó con” - The Puppy Dog Close

Đây là một phương pháp hiệu quả khi sử dụng sự yêu thích của khách hàng tiềm năng đối với sản phẩm để khiến họ mua sản phẩm đó. Nó được xây dựng dựa trên ý tưởng rằng rất ít người mua chó con về nhà thì vài ngày sau sẽ trả lại nó cho cửa hàng, vì họ đã có một mối tình cảm bền chặt với chú chó nhỏ.

Nếu bạn cho khách hàng tiềm năng cơ hội thử sản phẩm trước khi mua, họ sẽ có thể sử dụng sản phẩm và yêu thích nó.

Bạn không nên thúc ép họ mua hàng, mà là tiếp nhận đơn đặt hàng của họ. Tuy nhiên, hãy đảm bảo rằng bạn đã lên kế hoạch cho một chương trình dùng thử sản phẩm và bàn bạn với quản lý. Nếu không, bạn có thể bị ràng buộc trách nhiệm khi khách hàng nhận được các khoản thanh toán mà họ không mong đợi.

### Ví dụ

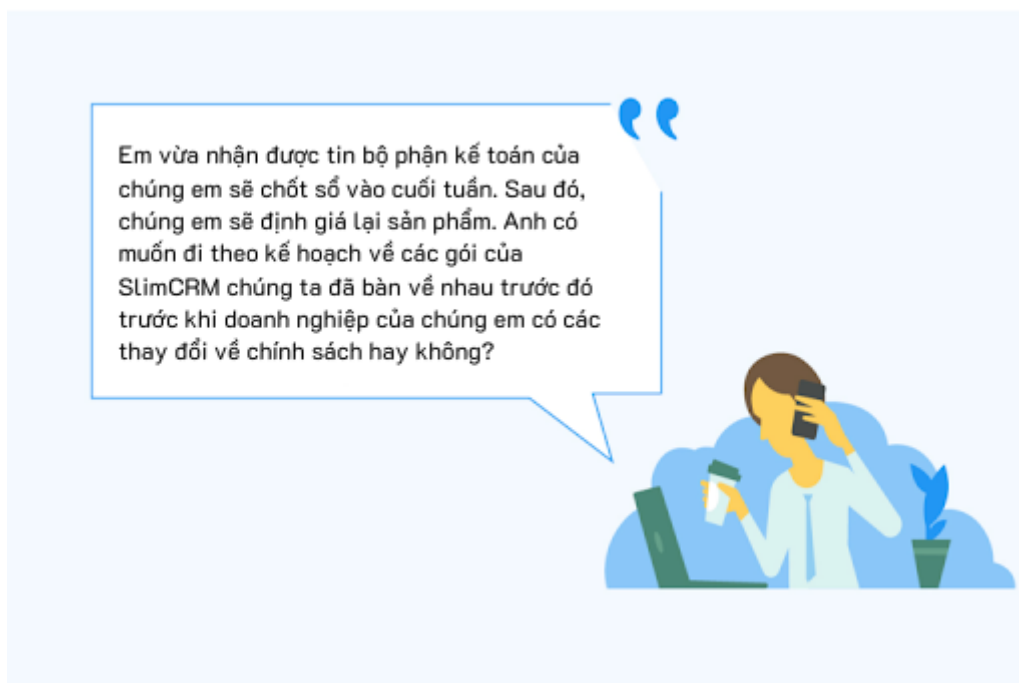


## 27. Kỹ thuật chốt sale “Cứng” - The Hard Close

Kỹ thuật này được dựa theo một kỹ thuật kế toán, nghĩa là tổ chức "khóa sổ" sau một thời gian nhất định. Nó có thể là hàng tháng hoặc hàng quý, hoặc thậm chí vào cuối năm. Kỹ thuật chốt sale "Cứng" giúp các nhân viên sales thực hiện giao dịch vào phút cuối với các khách hàng tiềm năng đang nằm gần cuối chu kỳ bán hàng.

Vì thời gian chốt sale nằm ngoài tầm kiểm soát của các nhân viên sales, nó tạo ra **thời hạn** cho việc quyết định của khách hàng. Thông thường, các quản lý cũng sẽ đưa ra một số động thái đi kèm để làm dịu tình hình và khuyến khích khách hàng chốt sale trước khi đến thời hạn.

### Ví dụ

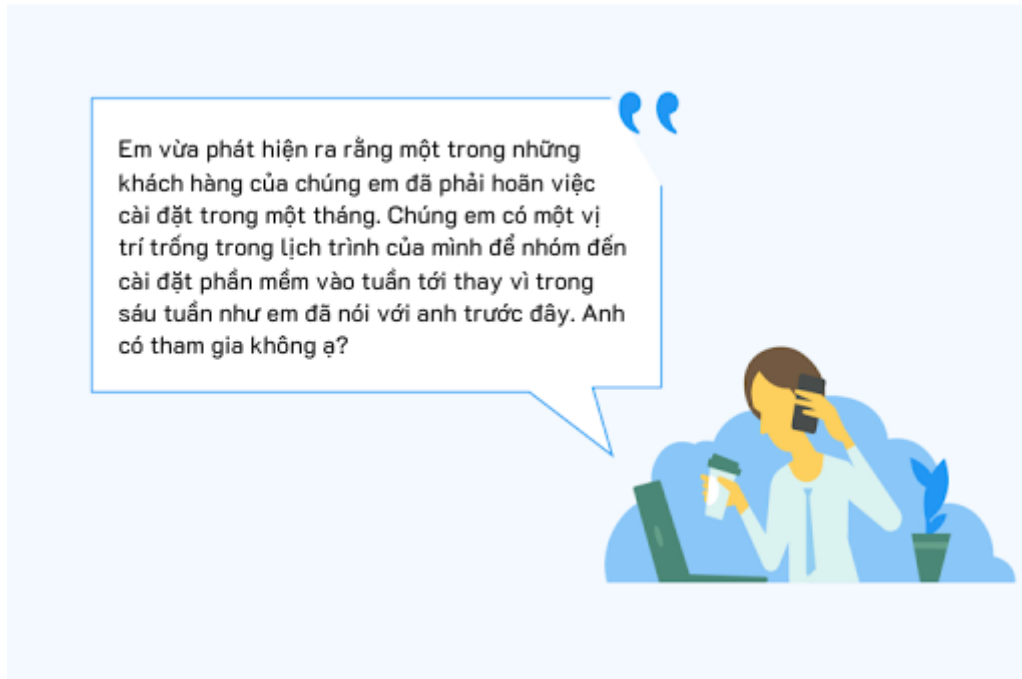


## 28. Kỹ thuật chốt sale "Sự kiện sắp xảy ra" - The Impending Event

Đây là một kỹ thuật chốt sale sử dụng thời hạn hoặc cơ hội có thời hạn để kết thúc, thúc đẩy để khách hàng có thể đưa ra quyết định nhanh chóng. Có thể bạn có một mô hình mới ra mắt vào tháng tới thay đổi một trong những tính năng mà khách hàng thích hoặc có sự thay đổi lịch trình cài đặt và đào tạo, thêm cơ hội cho khách hàng mới tham gia.

Việc này đòi hỏi sự cẩn thận vì nếu sự kiện sắp xảy ra lại có ích cho bạn và doanh nghiệp hơn khách hàng tiềm năng, nó sẽ không hiệu quả và có thể gây nguy hiểm cho việc chốt sale thành công.

### Ví dụ



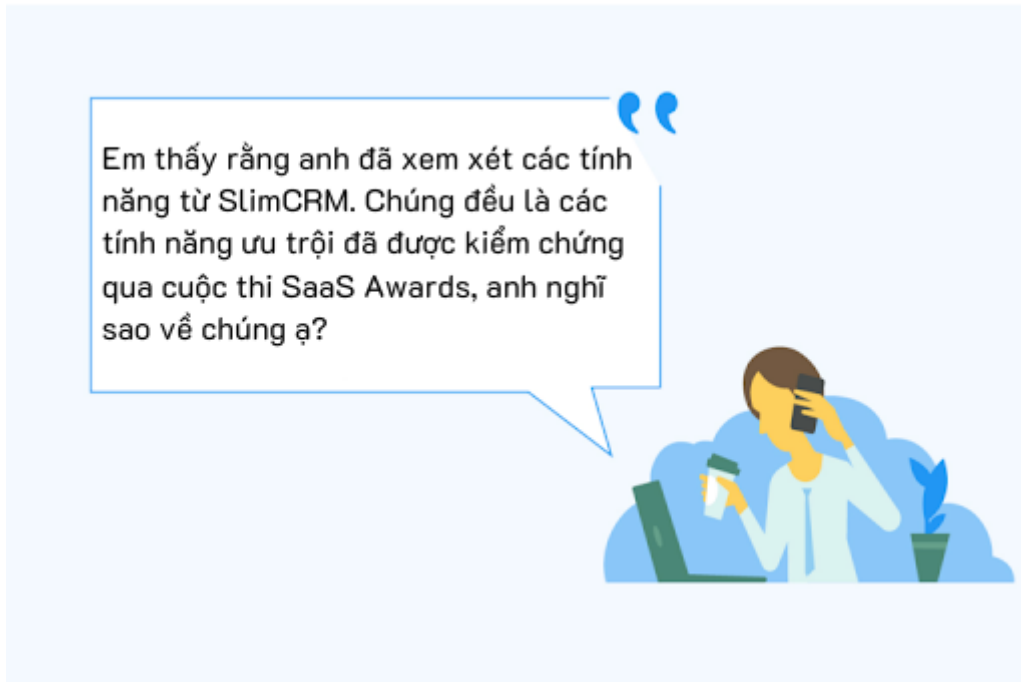
## 29. Kỹ thuật chốt sale “Thăm dò ý kiến” - The Probe For Opinion Close

Đây là lúc nhân viên bán hàng hỏi khách hàng tiềm năng về ý kiến của họ về sản phẩm hoặc dịch vụ. Nhiều kỹ thuật chốt sale sử dụng các câu hỏi để giải quyết bất kỳ trở ngại nào ngăn cản việc bán hàng, đây là một trong số đó.

Khi bạn hỏi khách hàng họ nghĩ gì, bạn sẽ biết được các rào cản từ phía khách hàng để đẩy nhanh việc chốt sale. Kỹ thuật này hiệu quả khi nhân viên bán hàng muốn xây dựng mối quan hệ bền chặt và kết nối lâu dài với khách hàng tiềm năng.

Việc hỏi ý kiến khách hàng sẽ khiến họ cảm thấy bạn thực sự hiểu khách hàng.

## Ví dụ



### 30. Kỹ thuật chốt sale “70/30” - The 70/30 Rule

Quy tắc 70/30 đề cập đến mức độ nói chuyện trong cuộc trò chuyện mà khách hàng tiềm năng và nhân viên bán hàng tham gia. Khách hàng tiềm năng nên tham gia 70% cuộc nói chuyện và nhân viên Sales chỉ 30%.

Tỷ lệ này là những gì mà Lead Fuze đề cập đến như một sự cân bằng. Nó hoạt động trên nguyên tắc là khi khách hàng tiềm năng đang nói chuyện đồng nghĩa với việc bạn đang thu thập thông tin để giải quyết các trở ngại từ khách hàng, giúp nhận được sự chấp thuận từ họ.

Việc **tích cực lắng nghe** chính là chìa khóa thành công ở đây, cho cả việc bán hàng và cho mối quan hệ giữa bạn và khách hàng tương lai của bạn.

## TỔNG KẾT

Mặc dù các kỹ thuật chốt sale khác nhau này có thể giúp bạn bán được hàng, nhưng một kỹ thuật chốt sale đơn lẻ sẽ không hiệu quả với mọi khách hàng tiềm năng - đây không phải là phép thuật. Nó phụ thuộc nhiều vào các yếu tố như loại khách hàng tiềm năng mà bạn đang gặp, nhu cầu của họ, quy mô giao dịch, cơ hội, v.v.

- Bạn có tự tin rằng khách hàng tiềm năng đã hiểu đầy đủ những lợi ích của sản phẩm của bạn là gì không? **Sử dụng kỹ thuật chốt sale "Tóm tắt"**.
- Khách hàng tiềm năng có liên tục phàn nàn hoặc đánh giá kém sản phẩm của bạn không? **Sử dụng Kỹ thuật chốt sale "Đề nghị dừng giao dịch"**.
- Khách hàng tiềm năng có khó hình dung những lợi ích của sản phẩm của bạn không? **Hãy thử kỹ thuật chốt sale "Ben Franklin" hoặc Kỹ thuật chốt sale "Các công cụ trực quan"**
- Bạn muốn biết khách hàng tiềm năng quan tâm đến sản phẩm của bạn như thế nào? **Sử dụng kỹ thuật chốt sale "Thang điểm"**.
- Hoặc **sử dụng kỹ thuật chốt sale "Cho đi mà không nhận lại"** để lôi kéo khách hàng tiềm năng mua hàng.

Nghệ thuật chốt sale không phải là thứ ai cũng có thể thành thạo trong vài ngày hoặc vài tuần, nó cần có thời gian thực hành và không có kỹ thuật chốt sale nào trong số này sẽ hoạt động hiệu quả trừ khi bạn thực hành nó liên tục.



## CHƯƠNG TRÌNH

### Trở thành đối tác với SlimCRM.vn

- ✓ Sản phẩm tốt, dễ phân phối
- ✓ Hoa hồng hấp dẫn 50%
- ✓ Được cấp tài liệu, đào tạo bài bản
- ✓ Được cung cấp cơ hội chốt Sale

 0899.172.899

**ĐĂNG KÝ THAM GIA**

