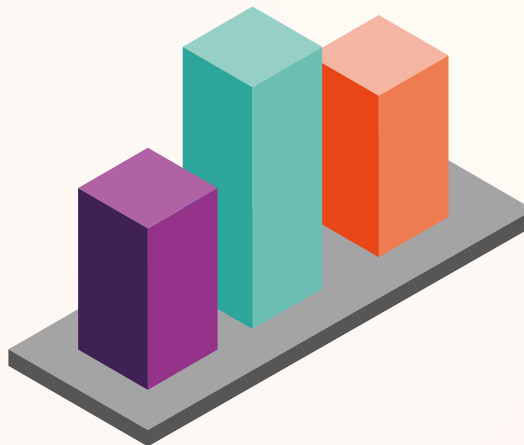


200 SỐ LIỆU THỐNG KÊ SALES MỖI NHẬT

Sales Statistics 2023



NHỮNG SỐ LIỆU THỐNG KÊ BÁN HÀNG PHỔ BIẾN NHẤT

92% chuyên gia bán hàng bỏ cuộc sau cuộc gọi thứ 4, nhưng 80% khách hàng tiềm năng nói không 4 lần trước khi họ nói đồng ý.

- Bài viết có video có thể tạo ra tỷ lệ tương tác từ **50%** trở lên. (Databox)
- **80% doanh thu** được thực hiện bởi **20% nhân viên bán hàng**. Người chiến thắng bán cho những khách hàng tiềm năng mà người thua cuộc từ bỏ. (Bill Corbin trên LinkedIn)
- **92% chuyên gia bán hàng** bỏ cuộc sau cuộc gọi thứ 4, nhưng **80% khách hàng tiềm năng** nói không **4 lần** trước khi họ nói đồng ý. (MarketingDonut)
- **46%** nhân viên bán hàng không có ý định làm nghề bán hàng từ đầu. (Hubspot)
- Người mua muốn gì từ các chuyên gia bán hàng?
69% nói: "Hãy lắng nghe nhu cầu của tôi". (Hubspot)



NHỮNG SỐ LIỆU THỐNG KÊ BÁN HÀNG PHỔ BIẾN NHẤT

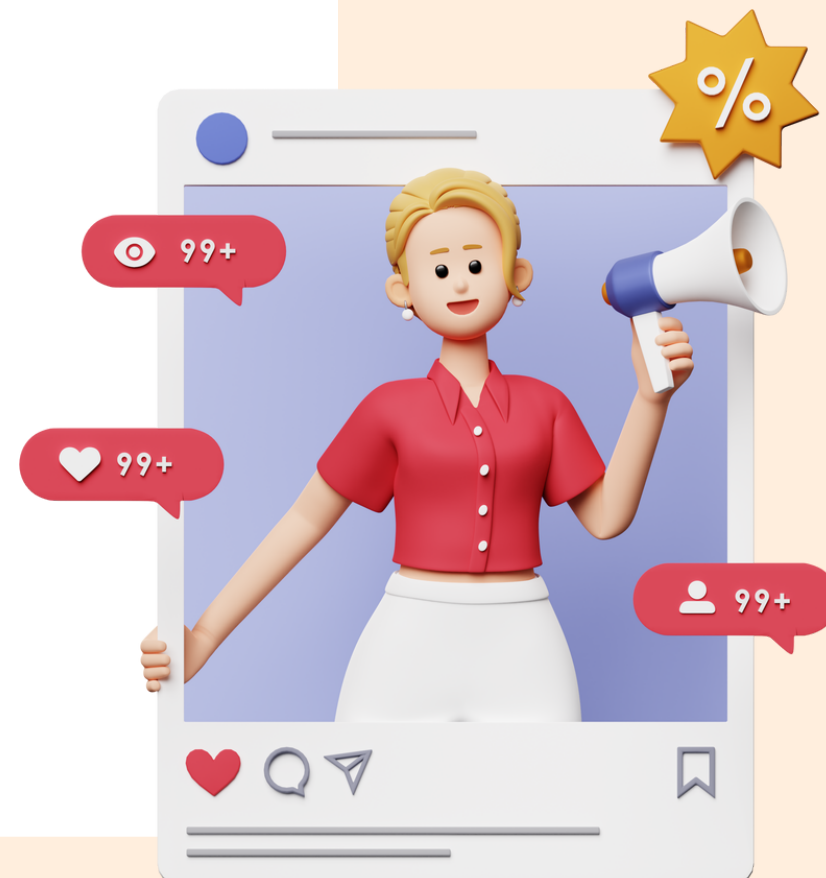
Nhân viên bán hàng trung bình tạo ra khoảng 1 cuộc hẹn hoặc 1 lời giới thiệu từ khoảng **209 cuộc gọi chào hàng**. (Đại học Baylor)

- Những người bán hàng lạc quan làm tốt hơn những người bi quan **tới 57%**. Điều đó thậm chí còn đúng khi những người bi quan có kỹ năng bán hàng tốt hơn. (Forbes, Seligman)
- Từ năm 2021, khách hàng sẽ xử lý **85%** tất cả các hoạt động liên hệ kinh doanh mà không cần tương tác với con người. (Gartner Customer 360)
- Tỷ lệ chuyển đổi bán hàng trung bình trên tất cả các ngành là **2,46%–3,26%** (Statista)
- Nếu bạn giúp đỡ **đủ nhiều người** đạt được những gì họ muốn hoặc cần, thì bạn cũng sẽ có cơ hội để đạt được những gì bạn muốn (Zig Ziglar)



THỐNG KÊ BÁN HÀNG TRÊN MẠNG XÃ HỘI – SOCIAL SELLING

- **72% nhân viên bán hàng** sử dụng mạng xã hội trong quá trình bán hàng của họ có kết quả tốt hơn các đồng nghiệp của họ (Nghiên cứu của Jim Keenan)
- Bạn muốn đạt hạn ngạch bán hàng (sales quota) nhanh hơn? Những người bán hàng trên mạng xã hội đạt được hạn ngạch thường xuyên **hơn 66%** so với những người không sử dụng mạng xã hội (Sales Benchmark Index)
- **54% nhân viên bán hàng** có thể theo dõi các giao dịch đã hoàn tất thông qua việc tương tác trên mạng xã hội (Nghiên cứu của Jim Keenan)
- Sợ phương tiện truyền thông xã hội sẽ hút hết thời gian của bạn? **50,1% nhân viên bán hàng** sử dụng mạng xã hội dành **ít hơn 10% thời gian cho nó**.
- **Video là vua**. Bài viết có video có thể tạo ra tỷ lệ tương tác từ 50% trở lên (databox)



THỐNG KÊ BÁN HÀNG TRÊN MẠNG XÃ HỘI – SOCIAL SELLING

- **96%** người tiêu dùng muốn tiếp xúc nhiều hơn với các nhà lãnh đạo ngành. Họ thường tìm kiếm nó thông qua Twitter (X) (Databox)
- Người mua sử dụng mạng xã hội thường có ngân sách lớn hơn **84%** so với những người không sử dụng mạng xã hội. (Social Buying Meets Social Selling)
- **74,9%** công ty sử dụng phương pháp bán hàng qua mạng xã hội sẽ phát triển đội ngũ bán hàng của họ trong 12 tháng tới. (The State of Social Selling)
- **90%** người bán hàng có hiệu suất cao nhất sử dụng phương tiện truyền thông xã hội trong chiến lược bán hàng của họ. (State of Sales)



THỐNG KÊ BÁN HÀNG TRÊN MẠNG XÃ HỘI – SOCIAL SELLING

- Hơn 70% chuyên gia bán hàng sử dụng các công cụ bán hàng xã hội như Facebook, X và LinkedIn. (State of Sales, LinkedIn)
- 50% chuyên gia bán hàng dành 3–10 giờ mỗi tuần để sử dụng các công cụ bán hàng trên mạng xã hội. (State of Sales, LinkedIn)
- 84% giám đốc điều hành cấp C và 75% người mua B2B sử dụng mạng xã hội để đưa ra quyết định mua hàng. (Social Buying Meets Social Selling)
- Người mua B2B trung bình dựa vào mạng xã hội để đưa ra quyết định mua hàng là người cấp cao, có ngân sách lớn, mua hàng thường xuyên và có nhiều quyền đưa ra quyết định mua hơn. (Social Buying Meets Social Selling)



THỐNG KÊ BÁN HÀNG TRÊN MẠNG XÃ HỘI – SOCIAL SELLING

- 96% người tiêu dùng muốn tiếp xúc nhiều hơn với các nhà lãnh đạo ngành. Họ thường tìm kiếm nó thông qua Twitter (X) (Databox)
- Người mua sử dụng mạng xã hội thường có ngân sách lớn hơn 84% so với những người không sử dụng mạng xã hội. (Social Buying Meets Social Selling)
- 74,9% công ty sử dụng phương pháp bán hàng qua mạng xã hội sẽ phát triển đội ngũ bán hàng của họ trong 12 tháng tới. (The State of Social Selling)
- 90% người bán hàng có hiệu suất cao nhất sử dụng phương tiện truyền thông xã hội trong chiến lược bán hàng của họ. (State of Sales)



THỐNG KÊ THEO DỐI BÁN HÀNG

- Đừng bỏ cuộc! **50%** tổng doanh số bán hàng xảy ra sau lần liên hệ thứ 5, nhưng hầu hết các đại diện đều bỏ cuộc chỉ sau 2 lần. (InsideSales)
- Phải mất **8** cuộc gọi ngẫu nhiên để tiếp cận được khách hàng tiềm năng. **72%** các cuộc gọi bán hàng không được trả lời. (Đại học Baylor)
- **92%** chuyên gia bán hàng bỏ cuộc sau cuộc gọi thứ 4, nhưng 80% khách hàng tiềm năng nói không bốn lần trước khi họ nói đồng ý. (Marketing Donut)
- **80%** doanh thu được thực hiện bởi 20% nhân viên bán hàng. Người chiến thắng bán cho những khách hàng tiềm năng mà người thua cuộc từ bỏ. (Bill Corbin trên LinkedIn)
- Tăng tỷ lệ giữ chân khách hàng thêm 5% sẽ tăng lợi nhuận lên **25%–90%** (Harvard Business Review)



THỐNG KÊ THEO DÕI BÁN HÀNG

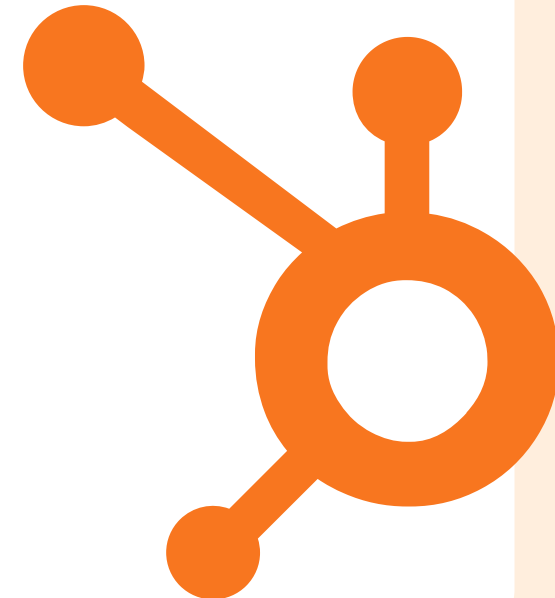
Bạn muốn tăng tỷ lệ giữ chân khách hàng và xây dựng mối quan hệ bền vững với họ? Nhận tư vấn miễn phí [tại đây!](#)

- Việc thu hút một khách hàng mới tốn kém gấp **5–25 lần** so với việc giữ một khách hàng hiện tại. (Harvard Business Review)
- Chỉ có **2%** doanh số bán hàng xảy ra trong cuộc gặp đầu tiên. (Marketing Donut)
- **83%** khách hàng tiềm năng yêu cầu thông tin không mua trong vòng 3–12 tháng. (Marketing Donut)
- **70%** nhân viên bán hàng dừng lại ở một email. Tuy nhiên, nếu bạn gửi nhiều email hơn, bạn có **25%** cơ hội nhận được phản hồi. (YesWare)
- Thời điểm tốt nhất để liên hệ với khách hàng tiềm năng? **4–6 giờ** chiều thứ Năm hoặc 5 phút sau yêu cầu của họ. (LeadResponseManagement)



THỐNG KÊ BÁN HÀNG TỪ HUBSPOT

- 85% nhóm tiếp thị cho biết hỗ trợ đội ngũ bán hàng là ưu tiên số 1 của họ. Tuy nhiên, 56% nhân viên bán hàng phải tự chuẩn bị tài liệu bán hàng.
- 46% nhân viên bán hàng không có ý định bán hàng. Điều đó tạo ra 4,14 triệu chuyên gia bán hàng “tình cờ” ở Mỹ
- Nhân viên bán hàng dành 66% thời gian trong ngày cho các công việc hành chính.
- Phần lớn các chuyên gia bán hàng sử dụng các sự kiện networking, đào tạo của công ty và hội nghị để nâng cao kỹ năng bán hàng của họ.
- Phần lớn các chuyên gia bán hàng (25%) có bằng kinh doanh, 17% không học đại học.



THỐNG KÊ BÁN HÀNG TỪ HUBSPOT

- Chỉ 19% khách hàng tin tưởng nhân viên bán hàng.
- Chỉ 19% người mua muốn nói chuyện với nhân viên bán hàng khi lần đầu tiên tìm hiểu về sản phẩm
- Những chuyên gia bán hàng cố gắng tiếp cận khách hàng tiềm năng trong một giờ có khả năng có được những cuộc trò chuyện có giá trị cao hơn gấp 7 lần
- Chỉ 7% nhân viên bán hàng phản hồi trong vòng 5 phút sau khi gửi biểu mẫu đăng ký
- Trung bình, mọi người xóa 48% email của họ trong 5 phút.



THỐNG KÊ VỀ CUỘC GỌI NGẪU NHIÊN – COLD CALL

- Một nhân viên bán hàng nội bộ trung bình có thể thực hiện **33** cuộc gọi ngẫu nhiên mỗi ngày. (ForEntrepreneurs and The Bridge Group)
- Các sales nội bộ điển hình có **6,6 cuộc gọi** trung bình mỗi ngày (ForEntrepreneurs and The Bridge Group)
- Nhiều cuộc gọi hơn tỷ lệ thuận với việc đạt hạn ngạch bán hàng cao hơn (ForEntrepreneurs and The Bridge Group)
- **90%** CEO nói rằng họ không bao giờ trả lời các cuộc gọi ngẫu nhiên hoặc email ngẫu nhiên. (ForEntrepreneurs and The Bridge Group)
- Nhân viên bán hàng trung bình tạo ra khoảng 1 cuộc hẹn hoặc lời giới thiệu từ **209** cuộc gọi chào hàng. (Đại học Baylor)



THỐNG KÊ VỀ CUỘC GỌI NGẪU NHIÊN – COLD CALL

- Khoảng **72%** các cuộc gọi ngẫu nhiên không đến được với đối tượng mục tiêu. (Đại học Baylor)
- Chuyên gia bán hàng trung bình sẽ dành **7,5** giờ gọi điện ngẫu nhiên để đảm bảo một cuộc hẹn hoặc được giới thiệu. (Đại học Baylor)
- **1/59** cuộc gọi được trả lời sẽ tạo ra cuộc hẹn hoặc giới thiệu. (Đại học Baylor)
- Thời gian hiệu quả nhất để chào hàng là từ **10 giờ sáng đến 2 giờ chiều**. Hiệu quả nhất? **Sau 5 giờ chiều**. (Đại học Baylor)
- **91%** email ngẫu nhiên được mở vào ngày sau khi chúng được gửi. (YesWare)



THỐNG KÊ VỀ THÀNH CÔNG BÁN HÀNG

- 75%–85% nhân viên bán hàng hàng đầu coi CRM, ứng dụng năng suất, tiếp thị qua email và Social Selling là những yếu tố chính dẫn đến thành công của họ. (State of Sales, LinkedIn)
- Đặt câu hỏi về **mục tiêu và điểm yếu** của người mua sẽ dẫn đến thành công bán hàng tốt hơn. (Gong)
- Để bán hàng thành công hơn, hãy sắp xếp các câu hỏi của bạn một cách đồng đều trong mỗi cuộc gọi bán hàng. (Gong)
- Những người đại diện thành công có khả năng sử dụng các từ mang tính cộng tác như “chúng tôi”, “của chúng ta” và “của chúng tôi” cao hơn gấp **10 lần** và tránh những từ như “tôi” (Chorus)
- Những chuyên gia bán hàng thành công nhất sử dụng những biệt ngữ nâng cao sự tự tin như “chắc chắn”, “hoàn toàn”, “đảm bảo” nhiều hơn gấp **5 lần** so với những người có thành tích thấp.



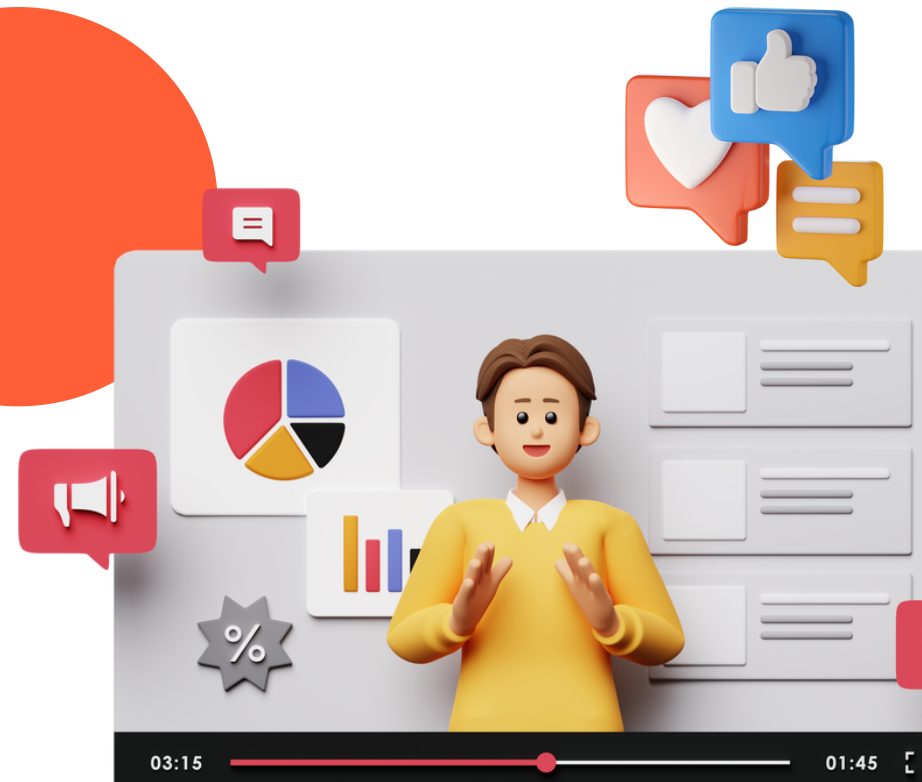
THỐNG KÊ VỀ THÀNH CÔNG BÁN HÀNG

- Người mua muốn gì từ các chuyên gia bán hàng? **69%** nói: “Hãy lắng nghe nhu cầu của tôi”. **61%** nói: “Đừng thúc ép” và “hãy cung cấp cho tôi thông tin liên quan”. **51%** muốn nhân viên bán hàng phản hồi kịp thời. (Hubspot)
- Những khách hàng tiềm năng được yêu cầu thực hiện một bước nhỏ (đăng ký dùng thử, cung cấp email, sdt) có khả năng chi tiêu cao gấp đôi. (Cialdini)
- **Sự tò mò, thông minh và đầu óc nhanh nhẹn** là những yếu tố dự báo lớn nhất cho sự thành công trong bán hàng. (Harvard Business Review)
- Những nhân viên bán hàng thành công nhất đã **liên kết mục tiêu cá nhân của họ với mục tiêu công việc** (Harvard Business Review)
- Những người bán hàng lạc quan làm tốt hơn những người bi quan tới **57%**. Điều đó thậm chí còn đúng khi những người bi quan có kỹ năng bán hàng tốt hơn. (Forbes, Seligman)



THỐNG KÊ VỀ BÁN HÀNG TRỰC TUYẾN

- Gần **82%** người mua đã xem 5–8 nội dung từ nhà cung cấp trước khi mua.
- **58%** người mua hàng (trong cuộc khảo sát với khoảng 5800 người) sẽ chi nhiều hơn để được giao hàng miễn phí.
- **63%** người mua hàng xem chính sách hoàn trả của cửa hàng trước khi mua. (ComScore)



THỐNG KÊ TỶ LỆ CHUYỂN ĐỔI BÁN HÀNG



- Tỷ lệ chuyển đổi bán hàng trung bình trên tất cả các ngành là **2,46%–3,26%** (Statista)
- Hầu hết các cửa hàng thương mại điện tử đều đạt tỷ lệ chuyển đổi doanh số từ **5% trở xuống**. (MarketingSherpa)
- Tỷ lệ chuyển đổi cho cửa hàng thời trang, may mặc: **6%** (Fireclick Index)
- Tỷ lệ chuyển đổi trang web danh mục: **6,5%** (Fireclick Index)

- Tỷ lệ chuyển đổi bán hàng trên trang web đặc biệt: **7,3%–8,8%** (Fireclick Index)
- Trang web thể thao/ngoài trời: **4,8%–5,1%** (Fireclick Index)
- Trang web phần mềm: **3,6%–4,2%** (Fireclick Index)
- Nghệ thuật/Sưu tầm: **15%** (MarketingSherpa)
- Dịch vụ kinh doanh: **20%** (MarketingSherpa)
- Điện tử: **22%** (MarketingSherpa)

THỐNG KÊ TỶ LỆ CHỐT SALES

- Các chuyên gia bán hàng nội bộ thành công với **18%** lời chào hàng. (IHireSalesPeople)
- Các chuyên gia bán hàng bên ngoài nhận thấy tỷ lệ chốt hợp đồng trung bình là **40%**. (IHireSalesPeople)
- Tỷ lệ chốt sales trung bình cho tất cả các ngành là **19%**. (HubSpot)
- Tỷ lệ chốt đơn trung bình của các chuyên gia bán hàng điện tử là **22%**. (HubSpot)
- **63%** tất cả các tương tác bán hàng đều kết thúc bằng việc nhân viên bán hàng không yêu cầu bán hàng. (Zig Ziglar)
- **96%** nhân viên bán hàng bỏ cuộc sau 4 lần thử, nhưng 60% doanh số bán hàng thành công sau lần thử thứ 5. (Zig Ziglar)



THỐNG KÊ TỶ LỆ CHỐT SALES

- Bạn có thể có được bất cứ điều gì bạn muốn nếu bạn giúp đủ người khác có được thứ họ muốn. (Zig Ziglar)
- Cụm từ “Chỉ cho bạn cách làm” giảm tỷ lệ chốt hợp đồng xuống **13%** nếu nó được sử dụng hơn 4 lần trong một cuộc gọi bán hàng. (Gong)
- “Giảm giá” làm giảm tỷ lệ chốt hợp đồng xuống **17%**.
- Tập trung vào nhu cầu khách hàng, đừng lặp lại tên của công ty quá nhiều lần. Nếu bạn sử dụng nó hơn 4 lần trong một cuộc gọi bán hàng, bạn sẽ giảm tỷ lệ chốt hợp đồng lên **14%**.



THỐNG KÊ ĐÀO TẠO BÁN HÀNG

- Trung bình một nhân viên bán hàng mới được tuyển dụng có **2,6 năm** kinh nghiệm. (ForEntrepreneurs and The Bridge Group)
- Số lượng nhân viên mới tuyển dụng trung bình có thể làm việc hiệu quả trong **5,3 tháng**. 24% sẵn sàng trong 1–3 tháng và 16% mất nhiều thời gian hơn 7 tháng. (ForEntrepreneurs and The Bridge Group)
- Một đại diện bán hàng trung bình sẽ làm việc trong bao lâu? **2,5 năm**. 36% rời đi trong vòng chưa đầy 2 năm, trong khi 32% ở lại lâu hơn 3 năm. (ForEntrepreneurs and The Bridge Group)
- Chuyên gia bán hàng trung bình có thể làm việc tối đa tại 1 công ty trong **2,2 năm**. (ForEntrepreneurs and The Bridge Group)
- Trung bình mỗi năm, khoảng 34% của các thành viên trong đội bán hàng rời bỏ công ty hoặc ngừng làm việc trong đội bán hàng. **66%** còn lại do bị sa thải, do chấm dứt hợp đồng hoặc lý do “không tự nguyện” khác.
- **61%** giám đốc điều hành thừa nhận người quản lý bán hàng của họ không được đào tạo bài bản về kỹ thuật quản lý quy trình
- Các công ty đào tạo các nhà quản lý để quản lý quy trình bán hàng của họ có mức tăng trưởng doanh thu **nh nhanh hơn 9%**.



THỐNG KÊ ĐÀO TẠO BÁN HÀNG

- Các công ty dành hơn 3 giờ mỗi tháng để quản lý quy trình của sales đã đạt được doanh thu cao hơn **11%**.
- Hơn **50%** số nhân viên bán hàng dựa vào đồng nghiệp của họ để trau dồi kỹ năng. 44% chuyển sang làm quản lý, chỉ 35% phụ thuộc vào đào tạo nhóm. (Hubspot)
- Các công ty có hiệu suất cao có khả năng đào tạo liên tục cho đội ngũ bán hàng của họ gấp đôi.
- Những chuyên gia bán hàng có **3-4** năm kinh nghiệm sẽ dành nhiều thời gian hơn những người có ít hoặc nhiều kinh nghiệm hơn. Đó có lẽ là do tân binh không có kế hoạch duy trì doanh số và các cựu binh hài lòng với kỹ năng của họ (Hubspot)
- Những chuyên gia bán hàng có ít kiến thức về sản phẩm sẽ được hưởng lợi nhiều nhất khi được cấp quản lý trao quyền. (Ahearne, Mathieu, & Rapp)
- Với mỗi **1 USD** chi cho việc đào tạo doanh nghiệp, các công ty sẽ thu được **7 USD**. (Forbes)

➤ **Tải Ngay Bộ Giáo Trình Đào Tạo Sales Chuẩn Quốc Tế Tại Đây!**



THỐNG KÊ BÁN HÀNG CỦA SALESFORCE

- 51% chuyên gia bán hàng hàng đầu tập trung nỗ lực vào việc xây dựng mối quan hệ.
- Các nhóm bán hàng hoạt động hiệu quả nhất cho biết tổ chức của họ đã chuyển sang cá nhân hóa các tương tác với khách hàng cao hơn 2,8 lần.
- 83% khách hàng công nghiệp (B2B) muốn nhân viên bán hàng tập trung vào việc giúp họ đạt được mục tiêu của công ty.
- 73% đội ngũ bán hàng cho rằng việc cộng tác giữa các phòng ban là rất quan trọng.
- Giao tiếp trực tiếp vẫn là vua

- Các chuyên gia bán hàng chỉ dành 36% thời gian của họ cho các công việc liên quan đến bán hàng.
- Việc sử dụng AI của các nhóm bán hàng sẽ tăng hơn gấp đôi trong ba năm tới
- Các chuyên gia bán hàng có hiệu suất cao có khả năng sử dụng AI để hướng dẫn việc bán hàng của họ cao hơn gấp đôi
- 89% những người có thành tích tốt nhất nói rằng ban lãnh đạo đã tăng cường trao quyền bán hàng trong 5 năm qua. Chỉ có 45% người làm việc kém nói như vậy.

THỐNG KÊ BÁN HÀNG TẬN NHÀ

- Để thành công, chuyên gia bán hàng tận nhà cần tỷ lệ liên hệ từ **30%–40%**. (Spotio)
- Bán hàng tận nhà vẫn là một ngành trị giá **28,6 tỷ USD**. (Safewise và BLS.gov)
- Một chuyên gia bán hàng điển hình có thể gõ cửa **20 nhà** mỗi giờ. (realestatecareermentor)
- Một chuyên gia bán hàng trung bình có thể tạo ra một khách hàng tiềm năng trên **50 lần** mà họ gõ cửa. (realestatecareermentor)
- Khi nào là thời điểm tốt nhất để gõ cửa? Tất cả! Hãy vượt qua lần đầu tiên vào buổi tối, lần thứ hai vào buổi sáng và lần thứ ba vào buổi chiều để nắm bắt được **90%** tất cả khách hàng tiềm năng trong khu vực lân cận. (Spotio)
- Các sales tận nhà nói chuyện với **40%–50%** khách hàng tiềm năng trong một khu vực chỉ trong một lần. Điều đó tạo ra **16–20 liên hệ cho mỗi 40 lần thử**.
- Khoảng **2%** số lần gõ cửa từng nhà sẽ tạo ra doanh số bán hàng.
- Với **200** tấm thẻ quảng cáo được treo tại cửa của khách hàng, có một khách hàng hoặc tiềm năng khách hàng sẽ gọi lại để tìm hiểu thêm hoặc đáp ứng quảng cáo.



SỰ THẬT THÚ VỊ VỀ BÁN HÀNG

**DID YOU
KNOW?**



- Bạn có phải là người hướng nội? Những người hướng nội và có tính cách dễ bị kích động cũng làm tốt công việc bán hàng như những người hướng ngoại và tự tin. (Furnham & Fudge)
- Các công ty chi 1 nghìn tỷ USD mỗi năm cho lực lượng bán hàng của họ. (Salesforce)
- 80% nhân viên bán hàng mà khách hàng tương tác đều không đủ năng lực.
- “Tìm kiếm” là tìm một người có đúng vấn đề. (workwise llc)
- Những nhân viên bán hàng có thể chuyển đổi linh hoạt giữa chế độ hướng nội và hướng ngoại sẽ làm việc tốt hơn cả người hướng nội và hướng ngoại từ 24% đến 32%. (Forbes, Khoa học tâm lý)

THỐNG KÊ BÁN HÀNG B2B

- Người mua của bạn rất hiểu biết. **74%** người mua B2B thực hiện nghiên cứu trực tuyến (hoặc nhiều hơn) trước khi mua. (Nghiên cứu Forrester)
- Hãy hoạt động tích cực trên LinkedIn. Hơn một nửa số người mua B2B sử dụng LinkedIn để hỗ trợ các quyết định mua hàng.
- Hãy cá nhân hóa! 84% người mua B2B bắt đầu tìm kiếm mua hàng bằng lời giới thiệu
- **46%** khách hàng đồng tình mạnh mẽ rằng các doanh nghiệp B2B tuân thủ cam kết của họ. (ý là cạnh tranh trong ngành B2B có vẻ không mạnh mẽ và có thể có sự thiếu trách nhiệm trong việc duy trì cam kết với khách hàng) (Gallup)

Bạn muốn quản lý quy trình bán hàng chuyên nghiệp và kết nối cao với khách hàng B2B?

Trải nghiệm ngay [phần mềm quản lý sales](#) chuyên biệt để thấy được hiệu quả tức thì!



THỐNG KÊ BÁN HÀNG B2B

- Khách hàng B2B? Họ rất thờ ơ - **60%** khách hàng B2B không thể hiện sự quan tâm đặc biệt đối với sản phẩm hoặc dịch vụ mà họ mua từ các doanh nghiệp khác; **29%** tham gia tích cực và số còn lại và phản đối (gallup)
- **20%** khách hàng B2B gặp vấn đề với nhà cung cấp. Chỉ 40% trong số đó cảm thấy tổ chức B2B giải quyết được vấn đề. (Gallup)
- Khách hàng B2B có điểm tương tác cao sẽ nhận được doanh thu cao hơn **50%** và lợi nhuận cao hơn 34%. (Gallup)
- B2B với quy trình bán hàng chính thức tạo ra doanh thu nhiều hơn **28%**. (Havard Business Review)
- **44%** giám đốc điều hành cho rằng tổ chức của họ không hiệu quả trong việc quản lý quy trình bán hàng.

Bạn muốn quản lý quy trình bán hàng chuyên nghiệp và kết nối cao với khách hàng B2B?

Trải nghiệm ngay phần mềm quản lý sales chuyên biệt để thấy được hiệu quả tức thì!



THỐNG KÊ BÁN HÀNG NỘI BỘ

- Doanh số bán hàng bên trong đang tăng nhanh hơn **15 lần** so với doanh số bán hàng bên ngoài. (SalesLoft)
- **75%** người mua không muốn gặp mặt trực tiếp. (SalesLoft)
- Trung bình, các chuyên gia bán hàng bên ngoài kiếm được nhiều hơn 14% so với các chuyên gia bán hàng nội bộ. (SalesLoft)
- Một người mua nhận được **140** email mỗi ngày, mở khoảng **20%** và tỷ lệ nhấp chuột vào các trang web chỉ từ **2%**. (radicati, mailchimp, Tellwise) Tuy nhiên, việc nhắm mục tiêu email đến sở thích của người nhận có thể đạt được tỷ lệ mở **94%**.
- **46%** các công ty công nghệ đang phát triển nhanh sử dụng hình thức bán hàng nội bộ
- Nhắn tin sau khi bạn liên hệ sẽ tạo ra tỷ lệ chuyển đổi cao hơn 112%.



THỐNG KÊ BÁN HÀNG TRỰC TIẾP

- 86% người mua muốn có thể đặt câu hỏi trực tiếp trước khi mua, trong khi 84% muốn mua từ người mà họ biết và tin tưởng. (PewResearch)
- 74% nhân viên bán hàng trực tiếp là nữ. 26% là nam giới.
- 800.000 người bán hàng trực tiếp làm việc toàn thời gian và 4,5 triệu người làm việc bán thời gian. Hơn 15 triệu bán để được giảm giá sản phẩm hoặc dịch vụ.
- 50% khách hàng cảm thấy “trung lập” đối với các chuyên gia bán hàng trực tiếp, trong khi 31% tán thành họ. Chỉ 20% người mua không thích đại diện bán hàng trực tiếp.



THỐNG KÊ BÁN HÀNG QUA GIỚI THIỆU



- **90%** mọi quyết định mua hàng đều dựa vào khuyến nghị của đồng nghiệp
- **92%** người mua tin tưởng vào lời giới thiệu sản phẩm/dịch vụ từ những người họ biết. (Nielsen)
- **83%** khách hàng sẵn sàng giới thiệu sau trải nghiệm tích cực. Nhưng chỉ có 29% thực sự làm vậy vì nhân viên bán hàng không hỏi.
- 61% người mua đã giới thiệu các doanh nghiệp địa phương cho người quen.
- Lời giới thiệu là hình thức quảng cáo hiệu quả nhất vì **84%** người tiêu dùng tin tưởng lời giới thiệu từ những người họ đã biết. (Nielsen)
- **84%** người mua bắt đầu quá trình mua hàng từ lời giới thiệu. (Harvard Business Review)
- Truyền miệng tạo ra 6 nghìn tỷ USD chi tiêu của người tiêu dùng mỗi năm. (CMO)
- Mọi người ở mọi lứa tuổi đều tin tưởng vào lời khuyên của bạn bè hơn bất kỳ nguồn nào khác. (Công ty Deloitte)
- Thế hệ Millennials có xu hướng tìm kiếm lời khuyên từ các kênh xã hội nhiều hơn **gấp 3** lần so với thế hệ bùng nổ dân số trước khi mua hàng. (Nghiên cứu Kelton)
- Hai nguồn tư vấn hàng đầu cho người mua là các đồng nghiệp và chuyên gia trong ngành.

THỐNG KÊ VỀ CRM

- **57%** chuyên gia bán hàng dành hơn 3–10 giờ mỗi tuần để sử dụng các công cụ CRM (LinkedIn)
- CRM là công cụ bán hàng phổ biến nhất, tiếp theo là khảo sát xã hội – social prospecting, dịch vụ dữ liệu – data services, email, điện thoại và nhịp độ bán hàng – sales cadence (SalesforLife)
- **91%** doanh nghiệp có trên 11 nhân viên sử dụng phần mềm CRM.
- CRM được tích hợp đúng cách có thể mang lại ROI **245%**. (Forrester)
- **50%** nhóm sử dụng CRM tích hợp tốt thấy năng suất được cải thiện. (Forrester)
- 40% chuyên gia bán hàng vẫn sử dụng bảng tính thay vì CRM. 22% không biết CRM là gì. (HubSpot)
- CRM có thể tăng doanh số bán hàng lên 29% và năng suất lên 34% (Salesforce)
- **74%** chuyên gia bán hàng cho biết CRM giúp họ truy cập tốt hơn vào dữ liệu khách hàng.

Về mặt kỹ thuật, CRM đã xuất hiện từ năm 1986. Tuy nhiên, gần đây, chúng đã nổi lên giống như những thử nghiệm của Elon Musk vậy!. Hầu hết các nhân viên bán hàng và người quản lý đều đồng ý rằng họ dành quá nhiều thời gian cho việc thực thi các công việc hành chính. CRM cắt giảm thời gian quản trị xuống một phần nhỏ so với trước đây.

Bạn muốn trải nghiệm thử phần mềm CRM miễn phí với đầy đủ tính năng, giúp hỗ trợ tối đa đội ngũ sales? Đăng ký [tại đây](#) và 30s sau tài khoản dùng thử sẽ được gửi vào email của bạn!