

KIỂM TRA CHỈ SỐ IQ TRONG BÁN HÀNG VÀ MARKETING

Giống như hầu hết các chủ sở hữu kinh doanh có cơ sở tại nhà khác, bạn có những câu hỏi quan trọng về chương trình bán hàng và marketing của công ty mình. Làm thế nào bạn có thể tạo nên hình ảnh chuyên nghiệp và có thêm khách hàng mới?

Bạn nên đăng quảng cáo ở đâu và với mức độ thường xuyên như thế nào? Làm thế nào bạn có thể sử dụng mối quan hệ công chúng và các sự kiện đặc biệt để gây sự chú ý? Bạn nên đầu tư bao nhiêu vào hoạt động marketing qua thư gửi trực tiếp? Hãy nhanh chóng thử trả lời các câu hỏi sau và thử xem công nghệ bán hàng và marketing của bạn đến mức nào, sau đó đọc lời khuyên của các chuyên gia cho chương trình marketing của công ty bạn.

Hãy trả lời Đúng hoặc Sai. Cộng cho bạn 10 điểm với mỗi câu trả lời đúng.

1. Với một doanh nghiệp mới, nên sản xuất nhanh một cuốn sách mỏng dùng tạm thời giới thiệu về công ty của bạn, rồi sau này sẽ đầu tư vào cuốn sách có chất lượng cao sau này khi doanh nghiệp của bạn đã trở nên thành công.

A. Đúng B. Sai

Trả lời: B. Sai. Bạn đã bao giờ nghe câu nói: "Bạn không bao giờ có cơ hội thứ hai để tạo nên ấn tượng đầu tiên" chưa? Hãy cẩn thận tạo nên hình ảnh của công ty ngay từ đầu, hoặc nếu không bạn sẽ có rủi ro tạo nên ấn tượng ban đầu dở ẹc -và bạn sẽ rất khó khăn trong việc sửa lại những ấn tượng này. Bạn cũng có thể để mất cơ hội ký các hợp đồng khiến công ty của bạn có thể thành công ngay trong những ngày đầu tiên.

2. Khi liên quan đến vấn đề bán hàng và marketing, chủ doanh nghiệp nên bám vào những phương thức mình làm tốt nhất, chẳng hạn như thành lập mạng lưới hoặc marketing qua thư trực tiếp.

A. Đúng B. Sai

Trả lời: B. Sai. Với hầu hết các doanh nghiệp, chu kỳ bán hàng có thể khá dài, đòi hỏi phải gặp gỡ tám đến mười lần với một khách hàng tiềm năng trước khi ký kết được hợp đồng. Để thành công, bạn phải học được nhiều chiêu thức bán hàng và marketing có thể giúp bạn thúc đẩy khách hàng tiềm năng trong suốt chu kỳ bán hàng.

3. Các hoạt động marketing của một công ty lúc đầy mạnh lúc giảm đi là chuyện bình thường, tùy thuộc vào lượng công việc trong công ty - hoạt động marketing bị giảm bớt khi công ty đang bận rộn, và được đẩy mạnh khi công ty ít việc.

A. Đúng B. Sai

Trả lời: B. Sai. Những doanh nhân chỉ làm công tác tiếp thị vào những lúc đình đốn công việc sẽ phải trải qua sự lên xuống tương ứng trong dòng tiền mặt công ty và chịu nguy cơ công việc kinh doanh của họ rơi vào một thung lũng sâu đến nỗi họ không thể tiếp thị kiểu gì để lôi nó ra được.

4. Thuật ngữ marketing "tần suất" đề cập đến số lần bạn đăng một quảng cáo. Chẳng hạn nếu bạn đăng quảng cáo bảy lần tất cả, bạn có tần suất là bảy.

A. Đúng B. Sai

Trả lời: B. Sai. Tần suất là số lần độc giả của một xuất bản phẩm nào đó có thể nhìn thấy quảng cáo của bạn. Chẳng hạn như tỷ lệ phần trăm này khác nhau khá nhiều giữa tạp chí thương mại và tiêu dùng với báo - chúng ta biết rằng một người đặt mua báo sẽ không xem tất cả các trang của tất cả các số báo. Điều này giải thích lý do vì sao các quảng cáo lại cần phải được đăng nhiều lần trong cùng một xuất bản phẩm.

5. Một dòng báo nhất quán và đều đặn tiếp cận với một nguồn khách hàng cuối cùng sẽ làm cho doanh nghiệp của bạn được để ý tới.

A. Đúng B. Sai

Trả lời: B. Sai. Các nhà báo và các giám đốc phụ trách tin tức nhận thông tin của bạn với một câu hỏi ám ảnh trong đầu: "Liệu thông tin này có được các độc giả của mình quan tâm đặc biệt không?" Thay vì một dòng thông tin bình thường mà dễ bị độc giả bỏ qua, hãy chỉ fax hoặc gửi thư điện tử những gì đáng được quan tâm đặc biệt. Sau đó hãy nhớ gọi điện thoại sau khi gửi thư hoặc fax.

6. Cách tốt nhất để bắt đầu tiếp xúc với một công ty khách hàng tiềm năng là bằng điện thoại.

A. Đúng B. Sai

Trả lời: A. Đúng. Thứ tự tiếp xúc truyền thống trong các cuộc mua bán giữa công ty

với công ty là: Gọi điện, gửi thư, gọi điện. Nhưng người viết thư trước, rồi sau đó mới gọi điện, thường thất vọng khi thấy rằng khách hàng tiềm năng chẳng nhớ gì về việc đã nhận được thư của họ.

7. Tỷ lệ trả lời điển hình với phương thức viết thư trực tiếp là từ một đến ba phần trăm.

A. Đúng B. Sai

Trả lời: A. Đúng. Đó là lý do vì sao rất cần phải thử nghiệm trước khi tiến hành những chương trình lớn. Trước tiên hãy gửi năm nghìn bức thư trước và đánh giá kết quả trước khi viết thư cho toàn bộ cơ sở khách hàng tiềm năng.

8. Khi bạn khởi sự một doanh nghiệp mới, ấn tượng được truyền đi theo cách "nghe" trên điện thoại ít quan trọng hơn so với hình ảnh bạn thể hiện từ con người trực tiếp.

A. Đúng B. Sai

Trả lời: B. Sai. Việc có các công cụ và tài liệu chất lượng cao là hết sức quan trọng từ ngày đầu tiên. Công ty của bạn phải có sẵn các công cụ truyền thông để tạo ra hình ảnh chuyên nghiệp. Hãy dùng phối hợp các công cụ như voicemail và một điện thoại di động hoặc máy nhắn tin, và hãy gọi điện trả lời thật khẩn trương.

9. Với tất cả những thông tin sẵn có trên internet, các doanh nghiệp nhỏ không còn phải tự tiến hành các nghiên cứu của họ nữa.

A. Đúng B. Sai

Trả lời: B. Sai. Sự sẵn có thông tin trên mạng làm giảm số lượng nghiên cứu mà một doanh nghiệp mới cần thực hiện, nhưng nó không thể thay việc thử nghiệm loại sản phẩm hoặc dịch vụ đặc sắc mà bạn cung cấp với các khách hàng nằm trong nhóm đối tượng đích thực sự của bạn được. Những công cụ như điều tra và thảo luận nhóm nhỏ không tốn kém lắm và rất quan trọng đối với sự thành công trong dài hạn của công ty.

10. Cách tốt nhất để có hiệu quả từ một ngân quỹ khiêm tốn dành cho việc tổ chức các sự kiện đặc biệt là dựng một gian nhỏ trong càng nhiều các sự kiện cộng đồng càng tốt.

A. Đúng B. Sai

Trả lời: B. Sai. Bằng việc dựng một gian hàng nhỏ trong hội chợ chung với hàng trăm gian hàng khác, bạn có nguy cơ bị chìm trong đám đông. Thay vì việc tham gia nhiều sự kiện nhỏ, hãy chọn hoặc tạo ra một cơ hội để công ty bạn tỏa sáng. Không nên tài

trợ chỉ một vận động viên chạy trong năm cuộc đua, hãy tài trợ một cuộc đua với một bảng rôn quảng cáo thật dễ nhìn ở vạch đích.

11. Bạn biết rằng cuộc gặp mặt trực tiếp từng khách hàng tiềm năng đang diễn ra suôn sẻ khi khách hàng tiềm năng của bạn nói phần lớn trong buổi gặp.

A. Đúng B. Sai

Trả lời: A. Đúng. Hai thành phần quan trọng nhất của một buổi tiếp xúc có hiệu quả với khách hàng tiềm năng là đặt câu hỏi và nghe câu trả lời. Nếu bạn nói nhiều trong buổi gặp, rõ ràng là cơ hội để buổi họp diễn ra thành công sẽ giảm đi.

12. Nên đăng quảng cáo ở những nơi ít bị cạnh tranh, nhờ đó ta sẽ được chú ý nhiều hơn.

A. Đúng B. Sai

Trả lời: B. Sai. Những phương tiện truyền thông như báo chí tạo ra cái gọi là "hành lang tìm kiếm" bằng cách nhóm các quảng cáo cạnh tranh với nhau vào cùng một mục hoặc vào cùng một ngày. Đó là nơi mà các khách hàng tiềm năng tìm kiếm khi họ quyết định mua sản phẩm hay dịch vụ nào đó. Việc đăng quảng cáo ở một chỗ khác cũng giống như việc mở một cửa hàng mới cách khu mua sắm nửa dặm - bạn sẽ được ít người ghé qua hơn và bán được ít hàng hơn.
Bạn được bao nhiêu điểm?

120 = Điểm tuyệt đối! Bạn thực sự là một chuyên gia marketing.

90 đến 110 = Hãy ôn lại những vấn đề cơ bản đi.

60 đến 80 = Hãy dành thời gian để học thêm về marketing.

50 hoặc ít hơn = Bạn có nhiều việc phải làm đấy.