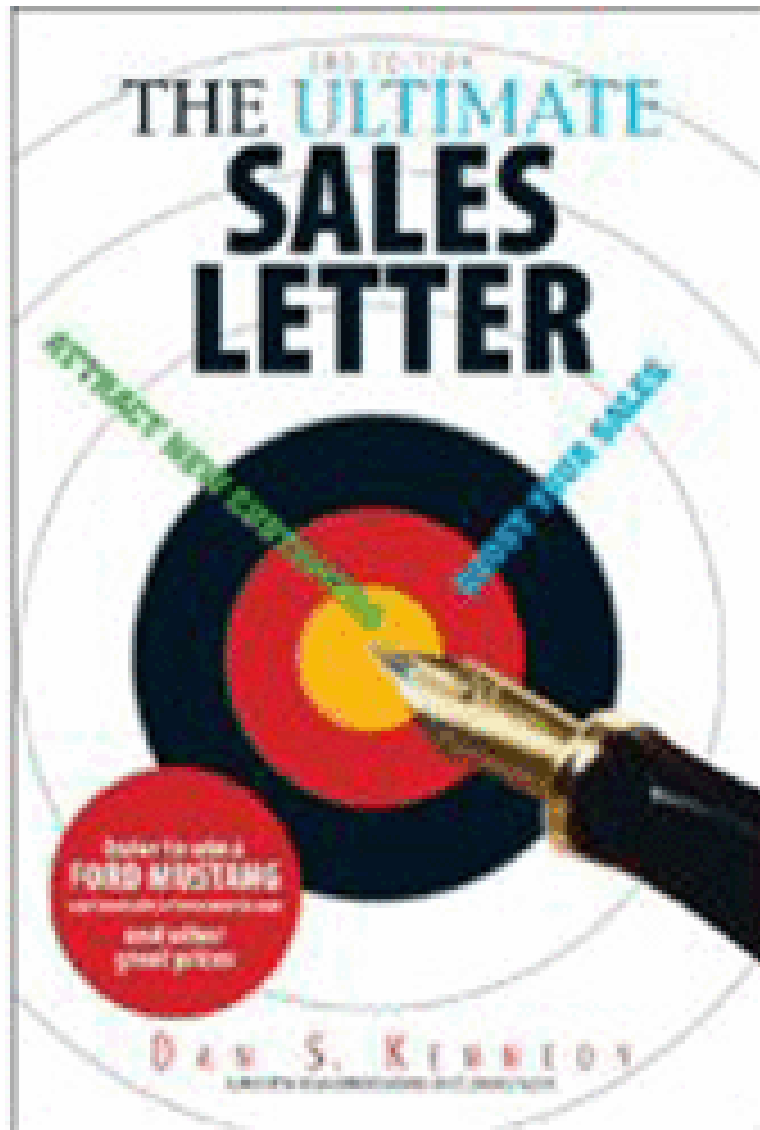


Cách viết một bức thư bán hàng hoàn hảo



Những lá thư gửi qua đường bưu điện không chỉ là một kênh liên lạc thiết yếu sau những lần bán hàng trực tiếp hay qua điện thoại mà còn là một công cụ phổ biến nhất để đảm bảo thành công cho những lần bán kế tiếp đối với các công ty vừa và nhỏ. Hơn nữa, đây còn là cách kích lệ mua sản phẩm hoặc sử dụng dịch vụ với mức chi phí thấp.

Một bức thư bán hàng tốt luôn cần thiết - cho dù là để thực hiện bước đi kế tiếp sau khi gặp mặt với khách hàng hay nhằm đẩy mạnh hoạt động marketing. Tuy nhiên,

phần lớn các chủ doanh nghiệp không phải là những chuyên gia viết lách thành thạo, nên đây là một thách thức thực sự đối với họ. Sai lầm khi viết lách là vấn đề rất dễ mắc phải khiến bức thư trở nên khô khan, không kích lệ được khách hàng mua sắm, đồng thời còn tạo ra một hình ảnh thiếu chuyên nghiệp về công ty, về sản phẩm/dịch vụ của bạn.

Mọi người thường nghĩ rằng viết một bức thư bán hàng là đơn giản và không tốn thời gian, vì vậy khi bắt tay vào việc họ cảm thấy chán nản và cuối cùng là từ bỏ ý định viết thư hoặc viết một lá thư hết sức xoàng xĩnh.

Trên thực tế, thậm chí cả những cây bút chuyên nghiệp nhất cũng phải mất thời gian mới có thể soạn thảo được một bức thư hiệu quả. Nhưng điều đó không có nghĩa rằng bất cứ khi nào cần viết, bạn đều phải mất hàng giờ đồng hồ. Thay vào đó, hãy chuẩn bị sẵn một bộ các bức thư bán hàng hoàn chỉnh và trên cơ sở đó bạn chỉ cần chỉnh sửa cho phù hợp với hoàn cảnh cụ thể.

Cho dù có hay không có chuyên môn, bạn hoàn toàn có thể viết được một lá thư bán hàng tuyệt vời nhờ vào 6 yếu tố dưới đây:

1/ Cá nhân hoá bức thư của bạn

Mặc dù nội dung bức thư chỉ liên quan tới hoạt động kinh doanh, nhưng để được tự nhiên, bạn nên đưa vào trong thư yếu tố cá nhân. Ví dụ, địa chỉ thư nên ghi rõ tên tuổi người nhận và giải thích rõ công ty hay sản phẩm/dịch vụ của bạn sẽ đáp ứng các nhu cầu cụ thể của khách hàng này như thế nào.

Bởi vì phần lớn các bức thư bán hàng được gửi đi sau những phi vụ bán hàng thành công, vì vậy ngay khi khách mua hàng bạn nên thu thập đầy đủ các thông tin để tùy biến bức thư mẫu sau này cho phù hợp với từng người cụ thể. Hãy cẩn thận với

những lời chào hỏi. Trừ khi trước đó bạn có một cuộc nói chuyện với khách hàng và biết đầy đủ họ tên, còn bằng không bạn nên sử dụng những lời chào xã giao.

2/ Tập trung vào các lợi ích

Để đạt hiệu quả, bức thư bán hàng của bạn phải tập trung vào lợi ích mà người nhận sẽ có được khi sử dụng dịch vụ hay mua sắm sản phẩm của bạn. Chẳng hạn một cuốn sách sẽ giúp khách hàng có được các thông tin bổ ích gì,... Các khách hàng luôn đặt ra câu hỏi: “Có gì trong đó cho mình?”. Một bức thư bán hàng hiệu quả sẽ thể hiện được các lợi ích cụ thể hoặc những gì khách hàng nhận được ngay trong đoạn văn đầu tiên.

Các đặc điểm của công ty và sản phẩm/dịch vụ sẽ được nói đến trong đoạn giữa của bức thư giải thích về các lợi ích đã tuyên bố ở đầu. Sau đó, sẽ là tuyệt vời nhất nếu bạn chốt lại những lợi ích quan trọng nhất cho khách hàng trong đoạn văn cuối cùng.

3/ Viết trên quan điểm, suy nghĩ của khách hàng

Trong những bức thư bán hàng, bạn không nên viết về rằng “chúng tôi cung cấp...” mà thay vào đó hãy viết “quý vị sẽ nhận được...”. Bạn có cảm thấy sự khác biệt không? Không ai muốn tìm hiểu xem bạn làm những gì, làm như thế nào hay cung cấp những gì. Họ muốn biết rằng sản phẩm/dịch vụ của bạn sẽ đem lại cho họ lợi ích gì, đáp ứng nhu cầu nào. Vì vậy, tất cả các bức thư bán hàng phải được viết trên quan điểm, suy nghĩ của khách hàng. Bạn hãy thay thế thói quen sử dụng các từ “tôi” hay “chúng tôi” bằng từ “bạn” hay “quý vị”.

4/ Hướng dẫn các bước đi tiếp theo

Các nhà tiếp thị thông minh biết rằng sẽ sai lầm khi mong đợi các khách hàng tiềm năng tự hành động. Bức thư bán hàng cần hướng dẫn rõ các bước đi tiếp theo như

thế nào. Nói cách khác, hãy đưa ra cho khách hàng tiềm năng một cơ hội hấp dẫn để họ liên lạc với bạn chứ đừng mong đợi họ tự nghĩ ra cách để làm điều đó. Cần giải thích chính xác bạn có kế hoạch thực hiện tiếp theo như thế nào và đảm bảo rằng sẽ làm đúng như vậy.

5/ Đưa vào một đoạn tái bút P.S

Mặc dù có thể không thích hợp với mọi hoạt động kinh doanh song đây vẫn là một chiến thuật hiệu quả để thu hút sự chú ý của người đọc. Đoạn P.S là thực sự hữu ích, bởi vì người đọc có xu hướng đọc lời mở đầu sau đó lướt qua và dừng lại ở đoạn P.S., trước khi bắt đầu đọc lại nội dung bức thư. Vì vậy bạn hãy đưa những lợi ích chính yếu hay một lời chào mời đặc biệt nào đó vào đoạn P.S để kích lệ người đọc dành nhiều thời gian hơn cho bức thư của bạn.

6/ Bố cục rõ ràng, đơn giản và chuyên nghiệp

Đương nhiên, bạn không thể bỏ qua yếu tố bố cục và thiết kế bức thư. Trên thực tế, bạn không cần làm bất cứ điều gì đó quá đặc biệt. Bạn chỉ cần đảm bảo bức thư đơn giản và chuyên nghiệp, tránh những màu sắc, đường viền hay hình ảnh sặc sỡ - trừ khi chúng là một phần trong hình ảnh nhãn hiệu của bạn (ví dụ như bạn kinh doanh đồ chơi trẻ em,..).

Hình ảnh bố cục bức thư của bạn phải nhất quán với nội dung để tránh khách hàng hiểu nhầm là “thư rác” (junk mail). Màu sắc và các thanh tiêu đề cần trình bày cần hợp lý. Bạn nên tránh việc sử dụng quá nhiều dấu cảm thán và các chữ viết hoa, vì như vậy sẽ khiến người nhận khó đọc.

Có thể thấy rằng, một bức thư bán hàng tuyệt vời luôn thể hiện rõ các lợi ích về sản phẩm/dịch vụ của bạn với những minh chứng cụ thể. Hơn thế nữa, cần kích lệ

khách hàng mua sắm bằng việc giải thích rõ ràng bước đi tiếp theo. Và cho dù mục tiêu của bạn là cuộc gặp gỡ trực tiếp, giới thiệu bán hàng hay đơn giản là những tiếp xúc ban đầu, bạn cần thực hiện đúng những gì đã cam kết trong thư. Đó chính là yếu tố các khách hàng đánh giá cao nhất.