

Lòng tin

Chìa khoá để bán hàng thành công

Lòng tin của khách hàng là một yếu tố rất quan trọng trong kinh doanh. Khi được khách hàng tin tưởng, doanh nghiệp có thể bán hàng với giá cao hơn các đối thủ cạnh tranh hoặc bán những loại sản phẩm có tính năng khác đi một chút so với những gì khách hàng đang cần mà không bị khách hàng than phiền.

Các chuyên gia bán hàng cần phải làm gì để có thể chiếm được lòng tin của khách hàng? Theo Michelle Nichols, một chuyên gia huấn luyện và tư vấn nghiệp vụ bán hàng ở Reno, (bang Nevada, Mỹ), địa chỉ trang web: www.savvyselling.com thì xây dựng lòng tin ở khách hàng là một quá trình bao gồm những công việc sau:

Xây dựng lòng tin của khách hàng đối với doanh nghiệp

Các nhân viên bán hàng của doanh nghiệp nên sử dụng những bằng cấp, giấy chứng nhận bằng cấp, uy tín của doanh nghiệp như những “vũ khí” trong quá trình bán hàng. Doanh nghiệp cũng nên dán những những bản sao giấy tờ đó ở đại sảnh hay quầy tiếp tân để khách hàng có thể nhìn thấy khi họ tới làm việc với doanh nghiệp. Các loại giấy tờ này cũng giống như những “nhân viên bán hàng thầm lặng” vậy.

Xây dựng lòng tin của khách hàng đối với sản phẩm hay dịch vụ.

Những bức thư của khách hàng đã và đang sử dụng sản phẩm của doanh nghiệp, nhất là những thư nói rõ rằng các sản phẩm hay dịch vụ của doanh nghiệp đã góp phần thay đổi đời sống hay công việc của khách hàng theo hướng tốt hơn, thường sẽ có một tác dụng lớn trong việc củng cố lòng tin của khách hàng vào sản phẩm hay dịch vụ của doanh nghiệp. Thuê những công ty độc lập bên ngoài đánh giá sản phẩm hay dịch vụ của doanh nghiệp một cách khách quan cũng là cách làm nhằm xây dựng lòng tin của khách hàng.

Xây dựng lòng tin của khách hàng đối với nhân viên bán hàng.

Lấy được lòng tin của khách hàng đối với nhân viên bán hàng được bắt đầu bằng những điều rất đơn giản, chẳng hạn, đến đúng giờ trong cuộc hẹn với khách hàng sẽ làm cho khách hàng tin tưởng hơn. Hành vi nhỏ nhặt như vậy lại có một tác dụng lớn trong việc tạo ra ấn tượng tốt cho khách hàng, nhất là trong giai đoạn đầu đặt quan hệ kinh doanh, khi khách hàng còn chưa hiểu biết nhiều về doanh nghiệp. Vì vậy, cần huấn luyện cho đội ngũ nhân viên thận trọng trong cách làm việc với khách hàng, nhất là đối với những vấn đề có liên quan đến giá cả, tiền bạc. Trường hợp nhân viên phạm phải một sai lầm nào đó làm cho khách hàng phật ý, rất có khả năng khách không có phản ứng xấu ngay, nhưng lại đi “tâm sự” với người khác về những điều bực bực của họ.

Xây dựng lòng tin của khách hàng đối với các hoạt động tiếp thị, quảng cáo.

Đừng quá cường điệu khi xây dựng các chương trình quảng cáo, tiếp thị. Khách hàng luôn có những giác quan và những “kênh” thông tin nhất định để xác định tính chân thật của những lời quảng cáo. Hãy thể hiện tính chân thật trong tất cả các hoạt động cũng như các tài liệu tiếp thị và quảng cáo: từ brochure, danh thiếp, bài thuyết trình, thông cáo báo chí, thông tin trên Internet cho đến các chương trình quảng cáo trên truyền hình...

Xây dựng lòng tin của khách hàng đối với ngành kinh doanh của doanh nghiệp.

Đôi khi, ngành kinh doanh mà doanh nghiệp tham gia phải chịu tiếng xấu do một số công ty trong ngành gây ra. Khi đó, uy tín của doanh nghiệp sẽ bị ảnh hưởng lây, dù doanh nghiệp vẫn đang hoạt động nghiêm túc. Đây chính là một thử thách lớn cho các nhân viên bán hàng. Để củng cố lòng tin của khách hàng đối với ngành kinh doanh của doanh nghiệp, hãy tìm những bài báo có uy tín hay lời bình luận của các chuyên gia nổi tiếng trong ngành nói về những khía cạnh hay những bước tiến tích cực trong ngành và chia sẻ với khách hàng những thông tin này.

Theo **Doanh Nhân Sài Gòn Cuối Tuần**