



BÍ KÍP

BÁN HÀNG ONLINE HIỆU QUẢ?

www.hisella.vn

MỤC LỤC

Chương 1: Chia sẻ cách viết nội dung bán hàng hiệu quả

1. Tìm hiểu kỹ về sản phẩm của bạn
2. Chú ý bố cục và nội dung bài viết
 - a. Phần mở đầu
 - b. Phần thân bài
 - c. Phần kết bài
3. Hình ảnh trong bài viết

Chương 2: 10 thủ thuật giúp bạn chụp những bức ảnh sản phẩm độc đáo

1. Treo sản phẩm lên
2. Chụp từ những góc lạ
3. Thử chụp chế độ Macro
4. Thể hiện sản phẩm qua cách sử dụng lạ lẫm
5. Sử dụng Photo Manipulation
6. Kết hợp với một background thú vị
7. Nhấn vào background
8. Đặt sản phẩm trên một bề mặt phản chiếu
9. Sử dụng kệ đỡ độc đáo
10. Thêm cá tính vào bức ảnh

Chương 3: Tiếp cận và tương tác với khách hàng tiềm năng

1. Tiếp cận khách hàng tiềm năng
2. Tương tác với khách hàng

Chương 4: Khéo léo lấy thông tin khách hàng hiệu quả

1. Tìm quan trọng của thông tin khách hàng
2. Phân loại thông tin khách hàng

3. Các cách lấy thông tin khách hàng
4. Quản lý thông tin chuyên nghiệp

Chương 5: Âm ảnh hoàn hàng và giải pháp dành cho chủ shop

1. Hoàn hàng – vấn đề không của riêng ai
2. Nguyên nhân và giải pháp dành cho chủ shop
 - a. Đối với chủ shop
 - b. Đối với khách hàng
 - c. Đối với bên vận chuyển
3. Những đơn vị vận chuyển thường được sử dụng

Lời nói đầu

“**Bí kíp bán hàng online hiệu quả**” là series thứ 2 thuộc bộ Ebook **Sổ tay bán hàng** mà hiSella muốn gửi tới các bạn đọc - mong muốn trở thành một chủ shop online. Series 2 này sẽ tiếp nối các nội dung cơ bản của series thứ nhất “**Khởi động kinh doanh online**”, sẽ tập trung chủ yếu vào các vấn đề tạo nội dung bán hàng, chụp ảnh sản phẩm sao cho đẹp, cách “chốt sale” hiệu quả và các cách giải quyết vấn đề hoàn hàng.

hiSella tin rằng, với những kiến thức cơ bản về bán hàng này, sẽ giúp cho các chủ shop tự tin hơn trong công cuộc bán hàng và tăng thêm doanh thu. Chúc các bạn độc giả tích lũy thêm được nhiều kinh nghiệm, và đừng quên đọc các series khác thuộc chuỗi bài viết trong “Sổ tay bán hàng” bạn nhé!

Ban biên tập

hiSella.vn

hiSella

Chương 1: Chia sẻ cách viết nội dung bán hàng hiệu quả

1. Tìm hiểu kỹ về sản phẩm của bạn

Đầu tiên, để có nội dung tốt, các bạn nên tìm hiểu thật kỹ sản phẩm của chính mình. Bạn nên là người dùng thử sản phẩm, tất nhiên không phải là dùng hết tất cả, nhưng ít nhất bạn cũng nên có những trải nghiệm thực tế về một số sản phẩm bạn đang bán. Ngay cả khi bạn không thể dùng thử sản phẩm, bạn cũng nên tìm hiểu thật kỹ về nguồn gốc, thông số sản phẩm mà bạn đang kinh doanh. Điều này không chỉ giúp bạn hiểu sản phẩm kỹ càng mà còn giúp bạn tạo niềm tin ở khách hàng. Khi trải nghiệm một sản phẩm, bạn sẽ hiểu được những điều sau:

- Yên tâm về nguồn gốc xuất xứ của sản phẩm mà bạn đang bán.
- Biết được kết cấu, chất liệu của sản phẩm, biết được liều lượng sử dụng mỗi lần.
- Bạn là người cảm nhận được những lợi ích thật sự mà sản phẩm mang lại.
- Trải nghiệm được cảm giác sử dụng và đưa ra hiệu quả cuối cùng
- Tự tin tư vấn cho khách hàng của bạn về sản phẩm đó.

Ví dụ một đoạn về trải nghiệm sản phẩm dầu gội Ichikami của hãng Kracie Nhật Bản:

Cuối cùng tớ cũng đã tìm ra được 2 em phù hợp hơn cả: Cặp đầu gội Ichikami của Kracie - Nhật và thực phẩm bổ sung Biotin của Natrol Mỹ với mong muốn tóc bóng khỏe hơn, nhanh dài để còn uốn, hehe.

Lý do tớ chọn 2 em này vì:

- Dầu gội Ichikami

+ Ichikami là dòng dầu gội của Kracie - một trong những nhãn hàng mỹ phẩm nổi tiếng của Nhật - website: <http://www.kracie.co.jp>

.../produ.../ichikami/shampoo/index.html -> yên tâm về nguồn gốc

+ Giá thành phù hợp túi tiền, nếu không nói là quá rẻ cho 2 chai dầu gội và dầu xả to bự 550ml/chai - giá chỉ có 320k/cặp.

+ Mùi thơm dễ chịu, do thành phần cấu tạo từ gạo đen Nhật Bản, thêm các tinh chất thảo mộc như hoa anh đào, trái mơ... -> relax khi gội và yên tâm về thành phần em nó rất tự nhiên, ko chứa silicon (tạo bóng giả trên tóc)

+ Chống rụng tóc -> Nhiều người đã dùng, khen ngợi em ý tẩm tấc luôn và tớ cũng đã kiểm nghiệm thấy tóc đỡ rụng hơn mỗi lần gội 😊

==> Tớ dùng cặp trắng - vàng vì đây là dòng phục hồi rất thích luôn!!!

Ngoài ra còn cặp đen - trắng cho bạn nào thích suôn mượt nhé!!

Một ví dụ về nội dung bán mỹ phẩm online

Phân tích một chút về đoạn ví dụ này, đây là phần mô tả về loại dầu gội mà chính chủ shop đang trải nghiệm, đưa ra những luận điểm thuyết phục người dùng ở 5 yếu tố: nguồn gốc, giá thành, thành phần tự nhiên của sản phẩm, công dụng chính của sản phẩm và đưa ra kết quả cuối cùng. Sau khi đọc bài viết này, chắc chắn khách hàng sẽ có độ tin tưởng nhất định với sản phẩm của bạn, đồng thời cũng thể hiện

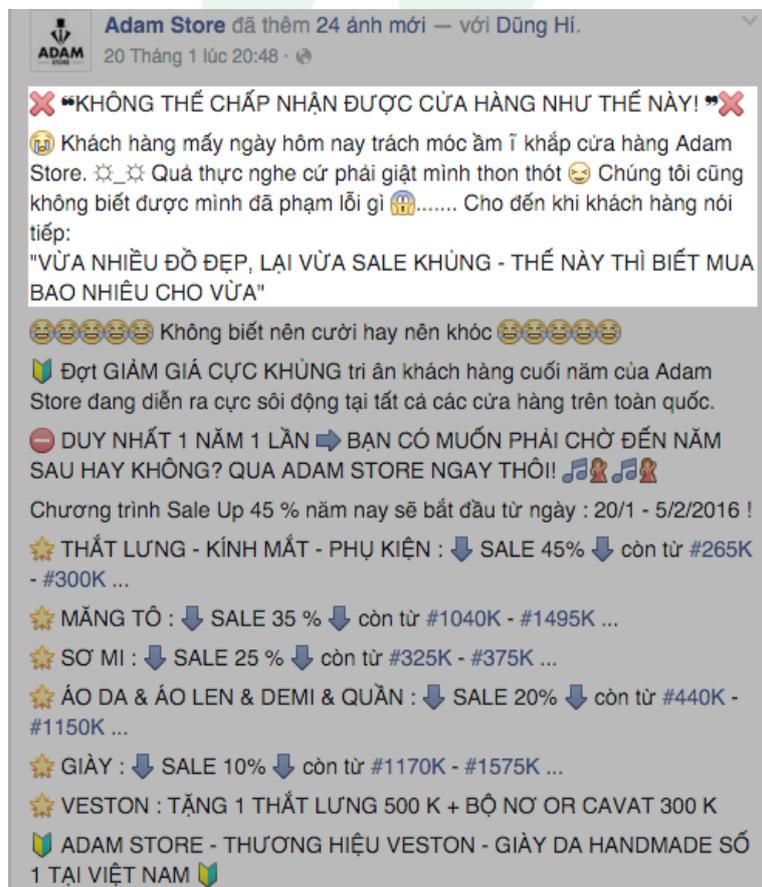
bạn là người dám thử nghiệm, hiểu sản phẩm cũng như đưa ra nhận xét khách quan nhất về sản phẩm. Tóm lại, chỉ cần hiểu rõ sản phẩm, bạn sẽ tự tin hơn trong việc bán hàng và viết nội dung bán hàng.

2. Chú ý bố cục và nội dung bài viết

Để có nội dung bán hàng thu hút người đọc, thì cũng giống như một bài tập làm văn, bạn cần nghĩ ra một câu "headline" thật hay (hay còn gọi là mở bài), phần thân bài cuốn hút và cuối cùng kết bài phải có nút "kêu gọi hành động" – Call to Action. Thông thường một bài viết nên cố gắng đảm bảo 3 phần:

a. Phần mở đầu

Có rất nhiều cách viết 1 câu mở đầu hay, nhưng thông thường tôi lựa chọn những câu hỏi có tính gợi mở hoặc khẳng định chắc nịch về vấn đề nào đó. Ví dụ như: Bạn đã biết cách chăm sóc da nhờn hiệu quả? – là một câu hỏi thông thường, để gây ấn tượng hơn, bạn có thể sử dụng những câu phủ định khẳng định, sử dụng số đếm: "7 cách chăm sóc da nhờn hiệu quả" hoặc "90% bạn gái rửa mặt không đúng cách"... sẽ khiến người đọc cảm thấy tò mò hơn. Trường hợp bán một sản phẩm khác, bạn có thể "giật tít" như "Nếu không mua ngay hôm nay bạn sẽ phải hối tiếc!" hoặc "Khuyến mại khủng dành cho 20 người nhanh tay nhất"... Điểm chung của câu mở đầu là sự nhấn mạnh, dùng những tính từ "nóng" để kích thích người đọc.



Trào lưu giật tít NGƯỢC đang rộ lên trong cộng đồng kinh doanh Facebook –

Nguồn: Adam Store

Thông thường, khách hàng chỉ dành 3s để lướt qua bài viết của bạn và xác định xem mình có muốn bấm xem thêm hay không, nên bạn cần phải có sự nhạy bén trong tư duy khi lựa chọn “headline” sao cho hấp dẫn. Tất nhiên đừng quên lồng ghép tên sản phẩm lên đầu nhé, nếu không làm sao khách của bạn biết bạn muốn bán loại gì! □

b. Phần thân bài

Phần thân bài sẽ đơn giản hơn vì bạn chỉ cần mô tả những gì bạn biết, “show” tất cả những lợi ích, ưu điểm mà sản phẩm của bạn mang lại, loại trừ các khả năng xấu. Ví dụ về một nội dung bán dây cáp sạc trên mạng của Picase:



Picase Shop đã thêm 4 ảnh mới.
4 Tháng 1 lúc 17:16 · 🌐

⚡⚡⚡ CẢNH BÁO VỀ TÌNH TRẠNG SẠC ĐIỆN THOẠI QUA ĐÊM ⚡
⚡⚡

93% điện thoại sẽ bị chai pin chỉ sau 1 năm liên tục sạc điện qua đêm.
❌ Có đến hơn 70% người dùng có thói quen sạc điện thoại qua đêm.
✅ Hơn 64% người trong số đó đã sắm cho mình 1 chiếc cáp có khả năng tự ngắt điện khi dung lượng pin đầy. Bạn đã biết đến loại cáp này chưa???

Giảm ngay 10% cho **TẤT CẢ COMMENT ĐẶT HÀNG NGAY TẠI BÀI POST** và **FREESHIP** cho đơn hàng đặt từ 2 chiếc trở lên.
Giá cực kì bình ổn: 189.000đ
Bảo hành: 1 - 1 - 1 (1 đổi 1 trong vòng 1 năm).
Chi tiết sản phẩm: <http://goo.gl/uLRMTO>

ĐẶC TÍNH NỔI BẬT của Cáp Lightning Baseus tự ngắt:

- ✓ **TỰ ĐỘNG NGẮT SẠC** khi dung lượng pin sạc đủ 100%.
- ✓ Hỗ trợ dòng sạc Max 2.1A, ổn định và truyền tải dữ liệu nhanh chóng.
- ✓ Tích hợp đèn LED sáng khi sạc pin (khi sạc ngắt điện, đèn cũng sẽ tắt), giúp **THEO DÕI TÌNH TRẠNG SẠC** và **ĐỊNH VỊ ĐIỆN THOẠI** trong đêm tối.
- ✓ Kết cấu sợi cáp bằng lõi đồng, giúp sạc pin nhanh hơn và pin không bị nóng.
- ✓ Chất liệu dây TPE bền bỉ; **CHỐNG RỐI, CHỐNG ĐÚT CỰC TỐT.**

Giảm ngay 10% cho **TẤT CẢ COMMENT ĐẶT HÀNG NGAY TẠI BÀI POST** và **FREESHIP** cho đơn hàng đặt từ 2 chiếc trở lên.
Giá cực kì bình ổn: 189.000đ.
Bảo hành: 1 - 1 - 1 (1 đổi 1 trong vòng 1 năm).
Chi tiết sản phẩm: <http://goo.gl/uLRMTO>

➡ **ĐẶT HÀNG NHANH NHẤT BẰNG CÁCH** ⬅

- ✓ Liên hệ trực tiếp: 09.68.69.1200
- ✓ Hoặc comment SĐT, Pi sẽ liên hệ lại để giải đáp các thắc mắc cũng như nhận đơn hàng.
- ✓ Hoặc qua trực tiếp: 336 Đê La Thành & 77A Đồi Cẩn!

Content bán dây cáp sạc của Picase rất chi tiết và đầy đủ

Có thể thấy khi viết nội dung cần liệt kê và nhấn mạnh các ưu điểm của sản phẩm, viết hoa in đậm ở những ưu điểm nổi trội. Bổ sung thêm giá cả hoặc các thông tin chi tiết khác nếu cần. Nhìn chung trước khi viết bài, bạn có thể tìm kiếm sản phẩm trên google, đọc qua các bài viết về sản phẩm, cả nội dung quảng cáo lẫn các bài viết review, để có thể đưa ra những thông tin chính xác kèm theo các ý kiến khách

quan từ bên ngoài. Đồng thời rút kinh nghiệm từ những bài viết chưa hay, thiếu thông tin để sửa chính bài viết của mình. Thiết nghĩ cách này các bạn cũng có thể áp dụng khi viết bài.

c. Phần kết bài

Đừng quên một điều rất quan trọng đó là bổ sung lời “kêu gọi hành động” (hay còn được gọi là Call to action – CTA) trong bài viết. Khi viết xong phần thân bài, khách hàng đang “gật gù” về sản phẩm của bạn, nhưng bạn không đưa ra được lời kêu gọi hay lời tổng kết thì khách hàng cũng sẽ nhanh chóng lướt sang trang khác để đọc.

Ribbon & Lace Bridal
18 Tháng 12 2015 · 🌐

CHRISTMAS 40% SALE OFF!
Đợt khuyến mại lớn nhất trong năm đến từ Ribbon & Lace Bridal áp dụng cho **VÁY CƯỚI- ÁO DÀI- VÁY DẠ HỘI**

Duy nhất trong 3 ngày:
23/12-24/12-25/12/2015

Các sản phẩm chỉ từ 900k trở lên!!!

Hãy liên hệ theo Hotline & Inbox Facebook của Ribbon & Lace Bridal để đăng kí tham dự đợt giảm giá lớn nhất trong năm này nhé!

HOTLINE: 043 9740532
Thời gian: 9.30am - 7.00pm

Hãy nhanh tay lên nào các cô dâu, cơ hội đến với chiếc váy trong mơ đã gần lắm rồi ❤️

CHRISTMAS 40% OFF
23, 24, 25/12 - 2015

Thích · Bình luận · Chia sẻ

542 người thích nội dung này. [Những bình luận hàng đầu](#)

Đừng quên bổ sung lời kêu gọi (CTA) – Nguồn: Ribbon & Lace Bridal

Hãy nhanh tay chèn những đoạn kêu gọi như: “Inbox để mua ngay”, “Gọi ngay tới số điện thoại 0912xy-zabc để đặt hàng”, “Chỉ cần comment số điện thoại sẽ có người tư vấn cho bạn ngay lập tức” hoặc “Comment ngay để được giảm giá 10%”... đều là những cách thúc đẩy khách hàng phải hành động ngay lúc đó, bạn sẽ tăng thêm cơ hội bán hàng. Ngoài ra, dưới nút CTA, bạn cần bổ sung thông tin đầy đủ về cửa hàng – phần cực kì cần thiết trong nội dung bán hàng.

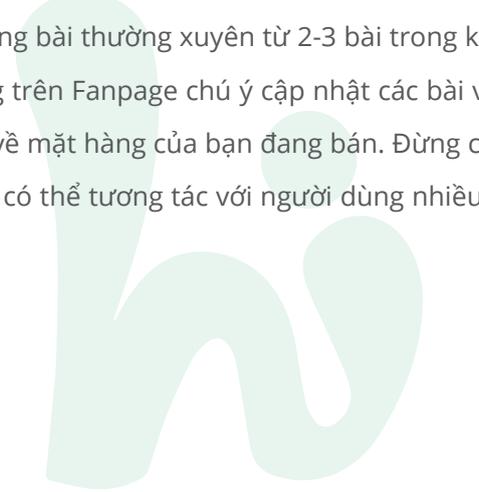
3. Hình ảnh trong bài viết

Bên cạnh nội dung bán hàng thì hình ảnh cũng là yếu tố quan trọng. Trong bài viết liên quan đến nội dung bán hàng thì hình ảnh chỉ là phụ, nhưng bạn không quên tầm quan trọng của hình ảnh.

Hãy lựa chọn những hình ảnh sản phẩm sáng giá nhất của bạn, đủ các tiêu chí:

- Rõ ràng đường nét, góc cạnh, chất liệu sản phẩm
- Hình ảnh có chất lượng, sáng đẹp, tôn sản phẩm.
- Nên có nội dung trên ảnh (tên sản phẩm, tên shop, số điện thoại...). Lưu ý: FB sẽ duyệt 20% text nhé!
- Lựa chọn từ 4-5 ảnh sản phẩm đẹp nhất để đăng bài.

Vậy là xong, bạn có thể tự tin đăng bài thường xuyên từ 2-3 bài trong khung giờ vàng từ 10-12h sáng và 9-12h tối. Bên cạnh đó, nội dung trên Fanpage chú ý cập nhật các bài viết chia sẻ kinh nghiệm sử dụng sản phẩm, chia sẻ các hottrend về mặt hàng của bạn đang bán. Đừng chỉ quá chú trọng vào việc PR sản phẩm mà hãy tạo các chủ đề để có thể tương tác với người dùng nhiều hơn. Chúc các bạn có những bài nội dung hay và hiệu quả!



hiSella

Chương 2: 10 thủ thuật giúp bạn chụp những bức ảnh sản phẩm độc đáo

Hầu hết các nhiếp ảnh gia đều biết kiến thức cơ bản để có những bức ảnh thật tốt của sản phẩm – như việc sử dụng tripod, thiết lập máy ảnh với khẩu độ rộng nhất, sử dụng nền trắng, nền mờ, v..v. Nhưng còn các bức ảnh chụp sản phẩm thực sự độc đáo thì sao nhỉ?

Trong khi các nhiếp ảnh gia của những bức ảnh đầy cảm hứng này tuân thủ những quy tắc chụp ảnh sản phẩm quan trọng nhất thì họ cũng đồng thời phá vỡ một số quy luật để được thoải mái sáng tạo. Nếu bạn không tự tin và không chắc chắn với khả năng nhiếp ảnh của mình để vượt qua những quy tắc, thì có thể bạn sẽ không bao giờ chụp được tấm ảnh “độc” thực sự. Tuy nhiên, nếu bạn đã sẵn sàng hành động, bạn có thể muốn thử một hoặc vài thủ thuật trong số 10 thủ thuật dưới đây để có những bức ảnh sản phẩm thực sự độc đáo.

1. Treo sản phẩm lên

Hiện tại, treo sản phẩm lên để có được tầm nhìn tốt hơn bản thân nó không nhất thiết là một cách làm khác lạ. Tuy nhiên, treo lên một cách sáng tạo, thì lại khác. Có lẽ bạn nên thử treo lộn ngược sản phẩm, hướng sang ngang, hoặc ở một vị trí không ngờ tới. Hãy treo lên dây thép hoặc dây thừng và để chúng làm một phần của bức ảnh. Hãy làm cho nó trở nên kì cục, hấp dẫn hoặc hài hước. Nghịch ngợm với nó và hãy chắc chắn rằng bạn chụp thật nhiều ảnh hơn cần thiết, đồng thời nhất định phải đảm bảo độ sáng hoàn hảo. Hãy xem những bức ảnh sáng tạo dưới đây với cách treo thú vị để có thêm ý tưởng :





2. Chụp từ những góc lạ

Thông thường các nhiếp ảnh gia đặt máy ảnh ngang tầm với sản phẩm để ảnh chụp ra ngang tầm với mắt nhìn. Thường thì bạn muốn cẩn thận khi chụp ảnh từ các góc độ mới lạ đơn giản vì nó có thể làm méo mó sản phẩm của bạn. Tuy nhiên, đôi khi bạn có thể vượt qua điều này, đặc biệt nếu góc nhìn méo mó ấy chính là thứ bạn cần hoặc nếu sản phẩm của bạn khó có thể bị bóp méo. Bạn thậm chí có thể muốn treo sản phẩm lên theo cách thông thường nhưng lại chụp từ dưới lên hoặc từ trên xuống.

Sau đây là một số ảnh chụp từ các góc độ lạ:





3. Thử chụp chế độ Macro

Hãy nhớ là các kiểu chụp macro (chụp cận cảnh) sẽ cần được sử dụng kết hợp với các bức ảnh sản phẩm thông thường khác. Tuy nhiên, các kiểu chụp này có thể là một tài nguyên tuyệt vời cho một series các bức ảnh, ví dụ như, trang đặc tính sản phẩm của một ấn phẩm quảng cáo, hoặc một poster quảng cáo bắt mắt. Hãy chắc chắn là lượng ánh sáng bạn có phải thật ấn tượng để các chi tiết nhỏ nhất cũng nổi bật lên. Sau đây là các ví dụ về nghệ thuật chụp ảnh cận cảnh:





4. Thể hiện sản phẩm qua cách sử dụng lạ lẫm

Hãy chụp lấy sản phẩm, một mảnh giấy và 1 cây bút. Bây giờ hãy viết ra bất kì cách sử dụng sản phẩm nào bạn có thể nghĩ tới. Bạn có thể cần bắt đầu với các cách dùng thông thường hàng ngày để khởi động bộ não của mình, nhưng dần dần hãy cố gắng nghĩ tới các ý tưởng độc đáo hơn. Sau đó xem lại một lượt danh sách của bạn và khoanh tròn những cách dùng mà có tiềm năng lớn cho một bức chụp sản phẩm độc đáo. Bạn có thể cần tới cả việc chỉnh sửa/mô phỏng kĩ thuật số hoặc đóng bộ/lập thiết kế cho sản phẩm nữa, vì thế cần lên kế hoạch kĩ lưỡng cho ý tưởng của bạn trước khi bắt tay vào chụp.



5. Sử dụng Photo Manipulation

Photo manipulation (photo manip) là thể loại kết hợp giữa nhiếp ảnh và thiết kế đồ họa, không chỉ yêu cầu kỹ thuật sử dụng Photoshop thành thạo và khéo léo, mà còn đòi hỏi một óc sáng tạo, trí tưởng tượng phong phú để hình thành nên những ý tưởng độc đáo cho mỗi tác phẩm.

Điều bí mật này đồng hành mật thiết với thủ thuật #4 ở trên. Nếu bạn không có kĩ năng nào về photo manip, bạn có thể sẽ cần phải thuê một nghệ sĩ thiết kế đồ họa (graphic designer) để giúp bạn. Tuy nhiên, đây cũng là một cơ hội tốt để bạn học Photoshop và Illustrator cho những bức ảnh sản phẩm gốc nghiêm túc. Hãy xem qua những bức ảnh thú vị sử dụng photo manip dưới đây:



6. Kết hợp với một background thú vị

Rất nhiều ảnh chụp sản phẩm gắn liền với quy luật chụp cùng một background trơn để đặt trọng tâm vào sản phẩm hoặc để thêm một ảnh background khác vào. Dàn dựng một background và đạo cụ có một-không-hai với sản phẩm chính ở bối cảnh phía trước có thể thêm thắt được sự thú vị và thậm chí là cải thiện được mức độ ham muốn đối với sản phẩm đó.



7. Nhấn vào background

Vâng, một background ngoài trọng tâm giúp tập trung chú ý vào sản phẩm. Tuy nhiên đôi khi bạn muốn đặt, ví dụ, một sản phẩm món ăn với các món ăn khác để gợi ý cách dùng món đó. Trong trường hợp này, giữ cho sản phẩm của bạn ở phía trước một chút nhưng để để background trông có thể giúp tận dụng ý tưởng này. Tuy nhiên, bạn cũng có thể thử thỉnh thoảng thay đổi và đặt sản phẩm cùng các đạo cụ khác hoặc vào trong background.





8. Đặt sản phẩm trên một bề mặt phản chiếu

Sự phản chiếu thêm thắt một chút chiều sâu vào một bức ảnh đáng lẽ là buồn tẻ. Và đừng gặp khó khăn vì chỉ dùng một chiếc gương cho việc này. Hãy thử dùng photo manip để phản chiếu hình ảnh trên mặt nước. Hoặc đặt sản phẩm trong một cái chảo nước. Sử dụng ánh sáng để tăng cường sự phản chiếu và sau đó chỉnh sửa thêm để làm nổi bật sự phản chiếu đó. Các bức ảnh sau là những ví dụ về phản chiếu hình ảnh sản phẩm:





9. Sử dụng kệ đỡ độc đáo

Đặt các sản phẩm trên các kệ đỡ hay ho chính là một cách tốt để thêm sức hấp dẫn cho bức ảnh. Hãy làm tốt hơn thế nữa bằng việc sử dụng các đồ vật mà thông thường bạn không dùng vào việc làm kệ đỡ. Một cái hộp cũ, một sản phẩm khác đặt ngược xuống, một bàn tay, bụng, đỉnh đầu, các khối hình học, hoặc thậm chí là một kệ đỡ tạo bởi photo manip.





10. Thêm cá tính vào bức ảnh

Hãy con người hóa sản phẩm của bạn trong khi chụp chúng. Hoặc tạo một câu chuyện xung quanh nó. Cho nó một nhân vật. Hỏi khách hàng của bạn xem điều gì khiến sản phẩm độc đáo của họ hay hơn hoặc đơn giản là khác biệt so với sản phẩm của đối thủ cạnh tranh. Sử dụng các bức ảnh của bạn để khắc họa khía cạnh mà nhờ đó thương hiệu được biết tới này của sản phẩm.



Chương 3: Tiếp cận và tương tác với khách hàng tiềm năng

1. Tiếp cận khách hàng

Có nhiều cách để tiếp cận khách hàng, tìm các nguồn tiếp cận khác nhau, như đã nói ở nhiều bài trước, ở đâu đông người thì ở đó sẽ bán được hàng. Vậy thì ở đâu đông người? Sơ qua, có thể kể đến các chợ, các trung tâm mua sắm, các khu vực đông dân cư, đông người qua lại dành cho đối tượng bán offline, còn đối tượng bán online thì không thể bỏ qua “chợ mua bán” như các website rao vặt hay còn gọi là các trang thương mại điện tử, nơi người mua có thể vào và lựa chọn nhiều mặt hàng; mạng xã hội; các chuyên trang;...

Với người bán lẻ thì Mạng xã hội luôn là sự lựa chọn đầu tiên, vì lý do đó là nơi nhiều người thường xuyên tham gia và có tương tác, nó không quá thương mại như các trang mua bán thuần túy, nơi tràn ngập các mặt hàng từ A đến Z; lý do thứ hai là nó miễn phí cho mọi người dùng, không đòi hỏi quá nhiều điều kiện. Facebook là một trong số mạng xã hội hàng đầu hiện nay, mà các nhà bán lẻ không thể bỏ qua.



Bên cạnh Facebook, mạng xã hội chia sẻ ảnh Instagram – cũng nổi lên là một mảnh đất màu mỡ, nếu bạn bán hàng cho giới trẻ, đừng bỏ qua kênh này! Những mặt hàng “chất” cả về hình thức lẫn chất lượng sẽ rất được đón nhận tại mạng xã hội này. Ngoài Instagram, các bạn có thể tìm hiểu thêm Zalo – một ứng dụng OTT nổi tiếng, hiện nay đang có gần 40 triệu người dùng, việc cần làm là bạn hãy đẩy mạnh “Page” trên Zalo để cho người dùng có thể kinh doanh, mua bán. Tuy nhiên về giá chạy quảng cáo so với Facebook thì hai kênh này đều cao hơn, còn không muốn mất chi phí bạn có thể linh động hơn khi bán trong các Group như Hội làm cha mẹ, hội Thanh lý, dọn nhà cho đỡ chật,...

Ngoại trừ kênh mạng xã hội, bạn có thể tham gia các chợ điện tử như Shopee – một kênh bán hàng online trên điện thoại miễn phí mà có thể tiếp cận khách hàng rất đơn giản! Ngoài Shopee, các bạn có thể tham

gia các diễn đàn lamchame, webtretho, enbac, muare – mặc dù đây là kênh bán hàng đã cũ nhưng có thể tạo độ phủ sóng lớn hơn cho cửa hàng của bạn.

Cuối cùng để bán hàng chuyên nghiệp và tự chủ hơn, các bạn nên xây dựng một website bán hàng. Dù có thể nó đơn giản thôi nhưng nó là của riêng bạn, bạn hoàn toàn thoải mái trong cách trình bày sản phẩm, viết các bài viết tư vấn cách sử dụng sản phẩm và đi xa hơn là làm thương hiệu và chạy quảng cáo trên Google. Còn sân chơi của các ông lớn như Lazada hay Adayroi sẽ có đôi chút khó khăn vì các bên này yêu cầu về tư cách pháp nhân trong bán hàng mà có thể các chủ cửa hàng nhỏ lẻ chưa thể đáp ứng ngay được và họ sẽ thu phí % hoa hồng trên các đơn hàng mà bạn bán ra.

2. Tương tác với khách hàng

Tiếp theo là vấn đề tương tác với khách hàng, theo quan điểm của một vị diễn giả nổi tiếng, khách hàng không phải là thượng đế, mà khách hàng là “nữ hoàng”. Lý do vì sao lại ví khách hàng với “nữ hoàng”? Bởi khách hàng là những người khó tính, đỏng đảnh, yêu cầu cao, mong muốn sự tiện nghi và lại rất tinh tế, thật giống như một vị nữ hoàng mà chúng ta cần phải chiều hết mực. Để bán hàng và đáp ứng được những khách hàng khó tính nhất, chúng ta phải “khó tính” hơn họ trong việc chọn sản phẩm và tư vấn sản phẩm.

Trong bài viết về Xây dựng thương hiệu, đã nêu cách học cách bán hàng và tư vấn chuyên nghiệp, bạn nên ghi nhớ những điều sau:

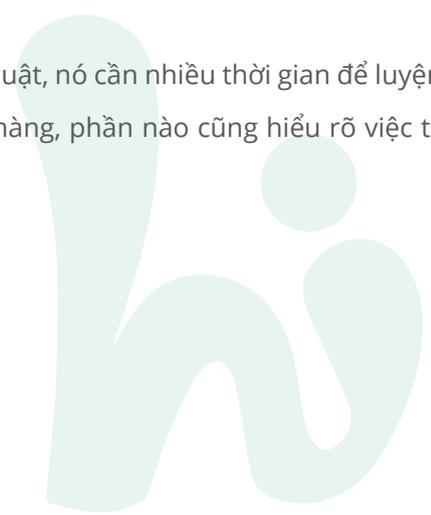
- Với khách hàng khó tính: Nên đưa ra hết các vấn đề một cách trung thực
- Với khách hàng do dự: Hãy lựa chọn và chốt hộ khách hàng
- Với khách hàng vui vẻ: Vui vẻ cùng khách hàng
- Với khách hàng nghi ngờ: Tạo niềm tin bằng hành động cụ thể



Luôn tự nhắc nhở bản thân và nhân viên của mình:

- Khách hàng luôn đúng, cho dù họ không đúng cũng không được nói họ “sai”
- Luôn luôn lắng nghe, nhưng không chỉ lắng nghe không mà phải biết xử lý vấn đề, có tương tác qua lại giữa hai bên.
- Chú trọng khâu chăm sóc khách hàng, đặc biệt sau khi mua hàng, bởi khi có sự lắng nghe bạn sẽ hiểu được nhiều vấn đề hơn, xem khách hàng có thực sự hài lòng với sản phẩm hay không? Nếu không thì chưa hài lòng ở đâu? Và bạn sẽ khắc phục như thế nào?

Tóm lại, bán hàng là một nghệ thuật, nó cần nhiều thời gian để luyện tập, mà tôi tin rằng bản thân chúng ta cũng là những người đi mua hàng, phần nào cũng hiểu rõ việc tương tác với khách hàng là rất quan trọng!



hiSella

Chương 4: Khéo léo lấy thông tin khách hàng hiệu quả

Là một người kinh doanh online, vấn đề cốt lõi luôn là sao có được nhiều đơn hàng nhất. Nhưng thực tế chứng minh, chi phí để có được đơn hàng từ khách hàng mới cao gấp 5 lần chi phí remarketing để có được đơn hàng từ khách hàng cũ.

Vậy làm thế nào để tiếp cận lại khách hàng cũ một cách hiệu quả? Câu trả lời chính là biết tận dụng thông tin khách hàng mà ta có được từ những lần bán hàng trước. Nhưng làm thế nào để khéo léo lấy được thông tin khách hàng đầy đủ nhất trong tình hình ai cũng muốn giấu kín thông tin nhất có thể.

1. Tầm quan trọng của thông tin khách hàng

Trước hết, chúng ta cần có nhận thức đúng đắn về tầm quan trọng của việc có được thông tin khách hàng. Từ đó chúng ta mới thực sự nghiêm túc trong quá trình thực hiện thu thập thông tin cần thiết.

Thông tin khách hàng chính là chìa khoá thành công cho mọi doanh nghiệp lớn nhỏ. Chiếc chìa khoá đó giúp bạn trong tất cả các khâu, trước trong và sau khi giao dịch. Thông tin khách hàng sẽ giúp bạn hiểu hơn về nhu cầu của khách hàng, những sản phẩm phù hợp với túi tiền để giới thiệu sản phẩm, dịch vụ phù hợp sẽ dễ dàng hơn.



Thông tin khách hàng là dữ liệu quan trọng trong kinh doanh

Trong giao dịch, đặc biệt với các sản phẩm là dịch vụ hoặc mua hàng theo phương thức nhận hàng trả tiền. Có được thông tin khách hàng sẽ giúp bạn giải quyết các vấn đề phát sinh một cách chủ động, chuyên nghiệp và kịp thời. Làm được điều đó, bạn đã bước đầu xây dựng được uy tín cho cửa hàng của mình, lấy thiện cảm của khách hàng.

Sau khi giao dịch, bạn sẽ cần thông tin khách hàng để dễ dàng nhận lại phản hồi từ đó hoàn thiện sản phẩm và các khâu giao dịch. Đồng thời, tiếp tục giữ liên lạc với khách hàng, tạo tiền đề cho những giao dịch lần sau, tránh sự cạnh tranh của các đối thủ.

2. Phân loại thông tin khách hàng

Thông tin khách hàng có thể được chia làm 2 loại: **thông tin cơ bản và thông tin bổ sung**.

Thông tin cơ bản là thông tin đủ để cấu thành nên một địa chỉ để giao hàng đến khách hàng. Bao gồm: Tên, địa chỉ, số điện thoại. Với loại thông tin này, bạn có thể sử dụng để giao tiếp trực tiếp với khách hàng, tư vấn cho họ những thông tin cần thiết về sản phẩm, hẹn giao hàng, nhận phản hồi. Với những đơn hàng ở xa thì những thông tin này cần thiết cho việc kiểm soát đơn hàng, chủ động xử lý những vấn đề về giao hàng.



Thông tin cơ bản hỗ trợ cho việc bán hàng tốt hơn

Thông tin bổ sung là email, ghi chú về khách hàng, ngày tháng năm sinh, đặc điểm khác, ... loại thông tin này giúp cho bạn có thể hiểu hơn về thị trường, định hướng sản phẩm phù hợp với sở thích, nhu cầu, thói quen sử dụng của khách hàng. Nếu phát triển sản phẩm mới thì đây là những thông tin cần thiết để bạn có thể đưa ra quyết định một cách chính xác hơn.



Thông tin bổ sung giúp doanh nghiệp định hướng thị trường tốt hơn

3. Các cách lấy thông tin khách hàng

a. Tích lũy thông tin khi khách hàng tương tác với bạn qua facebook, tin nhắn, email...

Đây là cách thu thập thông tin thường được sử dụng đặc biệt với những cửa hàng online. Khi bắt đầu giao dịch với khách hàng, bạn có thể hỏi họ những thông tin cơ bản như số điện thoại, địa chỉ, tên để tiện cho việc giao dịch. Khi giao dịch qua Facebook, bạn có thể dễ dàng lấy được những thông tin khác như ngày tháng năm sinh, nơi ở, cách sống, thậm chí là tính cách thông qua trang cá nhân của họ.



Thu thập thông tin khách hàng qua facebook, tin nhắn là cách thường được sử dụng

Hãy thu thập, sắp xếp và lưu trữ những thông tin đó một cách có khoa học để dễ dàng sử dụng sau này. Khách hàng sẽ rất ấn tượng khi bạn vẫn ghi nhớ những thông tin cá nhân, sở thích và xu hướng mua hàng của họ chỉ sau một lần giao dịch.

b. Thu thập thông tin trực tiếp từ shipper/người bán hàng tại cửa hàng

Đây là cách nhanh nhất để thu thập thông tin khách hàng. Tuy nhiên sẽ là một trở ngại rất lớn nếu như bạn không có cửa hàng trực tiếp. Việc lấy thông tin khách hàng qua shipper cũng rất hạn chế khi khách hàng có thể trở nên ngại ngần hơn khi cho shipper những thông tin đặc biệt như ngày tháng năm sinh, email...

Cách này chỉ nên sử dụng để thu thập những thông tin cơ bản của khách hàng. Và nhân viên bán hàng hoặc shipper nên đặt những câu hỏi một cách khéo léo tránh việc khách hàng cảm thấy mình đang “bị hỏi cung” và không an toàn khi cung cấp thông tin cá nhân cho họ.

Người bán hàng có thể khéo léo hỏi thông tin ngày sinh để có thể giảm giá trong ngày sinh nhật, xin số điện thoại để thông báo về đợt giảm giá gần nhất... Nhìn chung, hãy khiến khách hàng cảm thấy việc cung cấp thông tin cá nhân cho cửa hàng của bạn là an toàn và mang lại lợi ích cho họ.

c. Khảo sát trực tuyến

Hiện nay, với sự bùng nổ của Internet, các công cụ online như khảo sát trực tuyến sẽ giúp cho bạn tiếp cận và thu thập thông tin khách hàng một cách đơn giản hơn. Có nhiều cách giúp khách hàng cảm thấy hứng thú trong việc hoàn thành những khảo sát này: “Shop sẽ dành tặng 5 phần quà bất kỳ cho những người hoàn thành bản khảo sát dưới đây”...



Khảo sát trực tuyến hiện nay thường được sử dụng

Bạn nên thiết kế bảng câu hỏi càng ngắn gọn càng tốt, tránh sử dụng những từ phức tạp, thuật ngữ chuyên ngành. Nếu có thể, hãy thêm một vài yếu tố vui nhộn khiến khách hàng cảm thấy thích thú. Đồng thời, hãy chọn lựa kỹ những thông tin bạn cần biết về khách hàng để đặt câu hỏi, đừng lãng phí một bài khảo sát cho những thông tin vô ích. Và cuối cùng, hãy cảm ơn, email lại cho khách hàng rằng bạn đã nhận được bài khảo sát của họ.

d. Thông qua các cuộc thi/ giveaway

Một trong những cách hiệu quả và ít tốn kém nhất đó là thu thập thông tin khách hàng thông qua các cuộc thi/giveaway. Bạn có thể yêu cầu khách hàng số điện thoại hoặc để chọn ra ngẫu nhiên 5 người may mắn nhất nhận quà. Một hạn chế của cách này đó là chỉ lấy được một vài thông tin cơ bản từ khách hàng, tính chính xác không cao.

4. Quản lý thông tin chuyên nghiệp

Hiện nay, có rất nhiều phần mềm hỗ trợ quản lý thông tin khách hàng giúp cho bạn dễ dàng hơn trong việc sàng lọc và sử dụng thông tin khách hàng, chốt đơn hàng nhanh chóng và dễ dàng hơn.

- **Phần mềm Salesforce:** Salesforce có nhiều tính năng giúp bạn tìm và giữ khách hàng, chốt đơn hàng, phát triển kinh doanh như quản lý liên lạc, dự đoán xu hướng, tự động hoá quy trình làm việc, công cụ cộng tác... Bạn có thể truy cập vào phần mềm này bất cứ lúc nào. Ưu điểm của salesforce đó là dễ dàng sử dụng, có thể cung cấp một cái nhìn toàn cảnh về cửa hàng của bạn.



Phần mềm Salesforce rất hiệu quả và dễ dàng sử dụng

- **Phần mềm Insightly:** Insightly được đánh giá là phần mềm có giá thành phải chăng nhất, dễ dàng sử dụng. Phần mềm này giúp người dùng có thể dễ dàng điều chỉnh với những phần cụ thể về nhiệm vụ, địa chỉ, liên hệ, tìm kiếm đồng thời tiết kiệm thời gian.

insightly

Insightly là phần mềm có giá phải chăng nhất

- **Phần mềm Zoho:** Phần mềm Zoho hỗ trợ thu thập thông tin, quản lý liên lạc, phân tích thông tin, cho phép bạn truy cập vào bất cứ lúc nào. Với Zoho bạn có thể nắm được những thông tin quan trọng một cách toàn cảnh để xác định xu hướng, cơ hội, chăm sóc khách hàng, tích hợp với Twitter và Facebook để kết nối với khách hàng.



Work. Online

Zoho đồng bộ thông tin với Facebook và Twitter

Như vậy, việc có được thông tin khách hàng một cách khéo léo là vô cùng quan trọng đối với những người làm kinh doanh. Quản lý tốt và sử dụng triệt để những thông tin này sẽ giúp bạn thành công hơn.

Chương 5: Âm ảnh hoàn hàng và giải pháp dành cho chủ shop

1. Hoàn hàng – vấn đề không của riêng ai

Đối với mua bán online, có 02 cách chính để thanh toán khi mua hàng: thanh toán trước khi giao hàng, thanh toán khi nhận hàng (COD).

Hiện nay, COD được sử dụng rộng rãi hơn vì hình thức này giúp các chủ shop chốt đơn nhanh hơn, khách hàng thấy yên tâm hơn và bỏ qua được khâu chuyển khoản. Tuy nhiên, ngược lại có những trường hợp khách hàng không nhận hàng, dẫn đến tình trạng hoàn hàng – trả lại hàng cho người bán, phí ship do người bán chịu, gây nên tổn thất rất lớn.



Hoàn đơn là vấn đề không của riêng ai

Đặc biệt trong dịp gần Tết, nhu cầu mua sắm tăng lên, lượng đơn hàng tăng lên đột biến, nhưng đồng thời tỷ lệ hoàn hàng cũng vì nhiều lí do mà tăng lên gấp bội. Tỷ lệ hoàn hàng tùy thuộc vào từng mặt hàng, đối tượng khách hàng, khu vực địa lý.

Theo mặt hàng, tỷ lệ hoàn đơn mỹ phẩm là 3-5%, quần áo từ 5-10%. Lý do có sự chênh lệch này là do tính chất mặt hàng. Với mỹ phẩm, khách hàng thường tìm kiếm rất kỹ trước khi đặt hàng, đối với hàng thời trang thì ngược lại, khách hàng mua hàng theo cảm tính nhiều, đặt mua nhưng có thể không thích ngay sau đó...



Mỹ phẩm có tỷ lệ hoàn đơn thấp hơn quần áo

Độ tuổi của khách hàng mục tiêu cũng tạo ra sự khác biệt trong tỷ lệ hoàn đơn. Với khách hàng ở độ tuổi từ 19-23 là những người có thu nhập thấp thường có tỷ lệ hoàn đơn cao (10%). Còn khách hàng ở độ tuổi 24-35 – những người đã tự chủ về tài chính, thì tỷ lệ hoàn đơn ít hơn nhiều (3-5%)

Một số chủ shop còn chia sẻ, tỷ lệ hoàn đơn cũng phụ thuộc vào khu vực địa lý. Những khách hàng ở khu vực thành phố, thị xã, thị trấn sẽ có tỷ lệ hoàn đơn thấp hơn những khách hàng ở khu vực nông thôn.

2. Nguyên nhân và giải pháp dành cho chủ shop

a. Đối với chủ shop

Có rất nhiều trường hợp khách hàng hoàn hàng vì không ưng ý về sản phẩm, không muốn mua nữa, hàng sai mẫu... Nhưng nhiều đôi khi những sai sót trong khâu bán hàng khiến cho bạn thường xuyên nhận được đơn hàng bị chuyển trả từ khách hàng. Vậy là chủ shop chúng ta nên làm gì?

- **Tư vấn trung thực**

Nghe có vẻ không liên quan nhưng đây là lý do chính khiến cho tỷ lệ hoàn đơn của bạn cao. Tính chất của mua hàng online khiến khách hàng chỉ có thể biết đến sản phẩm họ muốn mua thông qua hình ảnh và lời mô tả của bạn. Hãy trung thực về sản phẩm của bạn, đừng phóng đại về công dụng của chúng và tư vấn sản phẩm nào phù hợp nhất với khách hàng.

Những lời nói dối đó có thể giúp bạn có được đơn hàng nhưng có thể đó sẽ là đơn hàng cuối cùng bạn bán được cho họ. Hoặc tệ hơn, khách hàng sẽ trả lại hàng sau khi nhận thấy họ đã bị “lừa”. Uy tín là chữ vàng trong bán hàng. Để tránh bị hoàn đơn và mất dần khách hàng, hãy tư vấn một cách trung thực.



Trung thực với khách hàng là chìa khoá dẫn đến thành công

- **Xác nhận đơn hàng**

Xác nhận lại đơn hàng là khâu quan trọng, nó thể hiện tính chuyên nghiệp và được xem như là việc ký kết một hợp đồng sau khi đàm phán. Sau khi khách hàng đã chọn được mặt hàng ưng ý và đồng ý mua, hãy thông báo lại cho họ: thông tin sản phẩm, kích thước, khối lượng sản phẩm, tổng giá trị thanh toán (tiền

hàng + tiền ship), lịch sự hỏi lại liệu anh chị còn vấn đề gì thắc mắc về đơn hàng hay không.

Việc giải quyết “tận gốc” vấn đề của khách hàng không chỉ thể hiện bạn là người bán hàng chuyên nghiệp, nhiệt tình mà còn giúp khách hàng cảm thấy “thỏa mãn” với món hàng mình sắp mua.



Việc chốt đơn hàng là cực kỳ quan trọng

- **Gửi hàng nhanh nhất có thể**

Sau khi khách hàng đặt hàng, hãy nhanh chóng chuẩn bị hàng và chuyển đi nhanh nhất có thể. Vì lúc khách hàng chốt đơn hàng là lúc họ cảm thấy thích thú, hào hứng với sản phẩm của bạn nhất, và sẽ giảm dần theo thời gian. Nếu bạn trì hoãn thời gian giao hàng, khách hàng sẽ cảm thấy khó chịu vì phải chờ đợi quá lâu, đó cũng là một trong những lý do thường gặp đối với tình trạng chuyển hoàn đơn.

Việc trì hoãn giao hàng còn khiến cho khách hàng nảy sinh tâm lý nghĩ rằng mình không được tôn trọng, ... họ sẽ có lý do để huỷ đơn hàng của bạn.



Việc chuyển hàng nhanh giúp giảm tỷ lệ hoàn đơn

- **Đóng gói hàng cẩn thận**

Thời điểm cận Tết cũng là lúc đơn hàng đến dồn dập, có quá nhiều thông tin bạn cần xử lý cùng một lúc nhưng đó không phải lý do cho việc gửi sai hàng hay không kiểm tra hàng kỹ trước khi gửi cho khách.

Hãy luôn nhớ đến từ khoá “chuyên nghiệp”, hãy cẩn thận trong mọi khâu. Khách hàng sẽ không muốn phải sau khoảng thời gian hào hứng chờ đợi để cầm trên tay món hàng mà mình không đặt, tệ hơn là có giá trị thấp hơn nhiều so với số tiền mình đã bỏ ra.

Với những mặt hàng đặc biệt như thực phẩm, đồ điện tử, mỹ phẩm, hãy đảm bảo rằng bạn gói hàng, bảo

- **Sàng lọc khách hàng**

Theo nhiều người bán hàng, nhóm khách hàng có tỷ lệ hoàn đơn cao nhất là khách hàng ở độ tuổi từ 17-20, với tính cách “trẻ trâu”. Việc sàng lọc khách hàng rất khó khăn nếu mặt hàng của bạn nhắm vào nhóm đối tượng trên. Tuy nhiên, ở độ tuổi nào cũng có nhiều kiểu khách hàng, có rất nhiều bài đăng của các shop phàn nàn về nhiều khách hàng ở độ tuổi đã đi làm, có gia đình nhưng vẫn thường xuyên không nhận hàng, quyt tiền...

Chúng ta không thể đánh giá một người nào đó chỉ thông qua vài dòng nói chuyện, ảnh đại diện, hay những dòng trạng thái trên trang cá nhân của họ. Nhưng cũng nên cẩn trọng sàng lọc đối tượng khách hàng hợp lý.



Phân loại khách hàng, loại bỏ những khách hàng không phù hợp

- **Yêu cầu đặt cọc với những đơn hàng lớn**

Hiện nay, có nhiều shop yêu cầu khách hàng đặt cọc trước với những đơn hàng có giá trị lớn. Ví dụ, với đơn hàng 500.000vnd trở lên, khách hàng đặt cọc trước 50.000vnd bằng hình thức chuyển khoản hoặc thẻ điện thoại. Cách này giúp giảm thiểu rủi ro cho người bán hàng vì nếu có vấn đề xảy ra, khách hàng trả lại hàng thì sẽ phải chịu mất khoản đặt cọc đó. Tuy nhiên, để tránh gây bất mãn cho khách hàng vì không mua được hàng mà còn bị mất tiền, hãy đảm bảo sản phẩm của bạn có chất lượng tốt và được chuyển đến đúng hạn giao hàng.

- **Lấy thông tin khách hàng đầy đủ và chính xác**

Nếu có thể hãy xin 2 số điện thoại có thể liên lạc từ khách hàng. Ước lượng thời gian hàng được gửi đến nơi, yêu cầu khách hàng trong khoảng thời gian đó cố gắng để điện thoại trong tình trạng có thể liên lạc được. Như vậy, sẽ tránh được tình trạng bên công ty vận chuyển không thể liên lạc được với khách, và khách hàng cũng có thể biết được khoảng thời gian nào hàng sẽ đến nơi.

- **Chủ động theo dõi hành trình đơn hàng của mình và cập nhật với khách hàng**

Hiện nay, trên website của các công ty vận tải, bạn có thể theo dõi đơn hàng của mình. Vì vậy, hãy theo dõi hành trình đơn hàng thường xuyên cho đến khi hàng được giao đến tay khách hàng. Có những trường hợp, khi gặp vấn đề cần xử lý không nhận lại được phản hồi từ người gửi, đơn hàng tự động chuyển hoàn.

Không chỉ chủ động theo dõi hành trình đơn hàng mà hãy gửi thông tin đó cho khách hàng của bạn. Chính họ cũng là người mong muốn có được thông tin đó để có thể chủ động hơn trong việc nhận hàng đồng thời sẽ an tâm và có thể sẽ thông cảm cho bạn hơn trong trường hợp gặp trục trặc trong khi chuyển hàng.

SC51248614482 - Chuyển phát nhanh

Vận đơn tạo: 06-05-2015 15:29 | Vận đơn duyệt: 06-05-2015 15:29 | Đã lấy hàng: 06-05-2015 22:51 | **Đã phát thành công**: 11-05-2015 15:58

Người nhận:
nguyễn thanh quang
 Địa chỉ: Phường Vĩnh Điện-Thị xã Điện Bàn-Quảng Nam | Thị Trấn Vĩnh Điện | Huyện Điện Bàn | Quảng Nam
 Phone: 0905880...

Trạng thái hiện tại: **Đã phát thành công**

Thời gian	Trạng thái	Địa điểm	Ghi chú
11-05-2015 15:58	Đã phát thành công	QNM Bưu cục: Điện Bàn	501/Thành công - Phát thành công - QUANG Bưu cục: Điện Bàn Nhân viên phát: Nguyễn Văn Thuận
09-05-2015 10:34	Đang phát hàng/KH yêu cầu phát lại		đã tạo tick
09-05-2015 09:53	Phát không thành công/ Không liên lạc được	QNM Bưu cục: Điện Bàn	506/Tồn - khách đi vắng - Bưu cục: Điện Bàn Nhân viên phát: Nguyễn Văn Thuận
08-05-2015 08:03	Đang phát hàng	QNM Bưu cục: Điện Bàn	500/Giao bưu tá đi phát - GIAO CHO BUU TA 71 PHAT Bưu cục: Điện Bàn Nhân viên phát: Nguyễn Văn Thuận
08-05-2015 07:22	Chờ phát hàng	QNM Bưu cục: Điện Bàn	400/Nhận bảng kê đến - Nhan tai Bưu cục: Điện Bàn Nhân viên phát:
08-05-2015 00:01	Đang vận chuyển	DNG Bưu cục: Trung tâm khai thác 2	300/Đóng bảng kê đi - Van chuyen di Bưu cục: Trung tâm khai thác 2 Nhân viên phát:
07-05-2015 18:56	Chờ phát hàng	DNG Bưu cục: Trung tâm khai thác 2	400/Nhận bảng kê đến - Nhan tai Bưu cục: Trung tâm khai thác 2 Nhân viên phát:

Cập nhật trạng thái đơn hàng một cách thường xuyên

- **Bàn bạc điều khoản chặt chẽ, ký hợp đồng rõ ràng**

Để tránh gặp phải những công ty vận tải có thái độ phục vụ không tốt, có nhiều lời phàn nàn, hãy tìm hiểu thật kỹ trước khi quyết định sử dụng dịch vụ của công ty đó.

Hiện nay, do tính cạnh tranh cao, các công ty vận tải đã có nhiều ưu đãi dành cho khách hàng, đặc biệt về vấn đề chuyển hoàn. Nhiều công ty đã cho các mức giá ưu đãi, với phí chuyển hoàn là 0đ. Hãy yêu cầu bên vận chuyển liên hệ ngay với bạn khi không thể giao hàng, nêu rõ nguyên nhân và cùng tìm cách khắc phục. Trong trường hợp chuyển hoàn mà không có xác nhận của bạn thì bạn sẽ không phải chịu bất kỳ

khoản phí nào.

Thoả thuận trước với công ty vận tải về trường hợp khách hàng phàn nàn về thái độ phục vụ của nhân viên giao hàng, mức xử lý và hướng giải quyết trong trường hợp này để tránh việc mất đi đơn hàng vô lý.



Có nhiều đơn vị vận chuyển có mức ưu đãi rất lớn

3. Những đơn vị vận chuyển thường được sử dụng

Hiện nay, có rất nhiều dịch vụ chuyển hàng, từ các công ty lớn như Viettel, chuyển phát nhanh bưu điện EMS đến các công ty Giaohangnhanch, Giao hàng tiết kiệm, Shipchung, Shipantoan, Sship... Ở series bài viết sau, HiSella sẽ gửi đến các bạn bài viết cụ thể về từng đơn vị chuyển phát.

hiSella

LỜI KẾT

Trên đây là cuốn ebook tổng hợp những bài viết về cách thức bán hàng online hiệu quả thuộc chuỗi Series Sổ tay bán hàng đến từ hiSella. Xin chân thành cảm ơn bạn đã dành thời gian để đọc cuốn ebook này, hi vọng các bạn đã đúc kết được những kinh nghiệm quý báu và thành công trong công việc bán hàng.

Để đọc thêm nhiều bài viết về bán hàng hơn nữa, vui lòng truy cập vào www.hisella.vn hoặc liên hệ info@hisella.vn để nhận thêm các thông tin chi tiết.

Xin gửi lời chúc sức khỏe và thành công đến bạn!

Ban biên tập

Lino & hiSella



hiSella
