

MẪU CHIẾN LƯỢC BÁN HÀNG TĂNG DOANH THU HIỆU QUẢ

Mẫu chiến lược bán hàng chính là tài liệu giúp doanh nghiệp xác định được mục tiêu rõ ràng. Đây cũng là một trong những cách tăng doanh số bán hàng hiệu quả. Khi xây dựng mẫu chiến lược, doanh nghiệp có thể định hướng cho nhân viên và quản lý, đo lường công việc hiệu quả hơn.

1. Bước 1: Định vị

Bạn cần xác định được doanh nghiệp mình là gì? Cung cấp sản phẩm/dịch vụ nào? Công nghệ sản xuất ra sao?

Sản phẩm/dịch vụ của doanh nghiệp có điểm gì nổi bật? So với các sản phẩm cùng loại nó còn những mặt hạn chế nào?

Mô hình kinh doanh là gì?

Đâu là đối tượng khách hàng mục tiêu? Phân tích cụ thể về độ tuổi, giới tính, phân bố...

Phân tích SWOT nhằm đánh giá lợi thế cạnh tranh, cũng như nhược điểm của sản phẩm/thương hiệu, đánh giá những thuận lợi và khó khăn.



Định vị các yếu tố trong chiến lược bán hàng

2. Bước 2: Xác định mục tiêu

Mẫu chiến lược bán hàng không thể không nhắm đến mục tiêu. Bạn cần phải xác định được mục tiêu trong từng giai đoạn cụ thể. Ví dụ như doanh thu/lợi nhuận tròn 6 tháng, 1 năm, 2 năm... Để xác định mục tiêu, bạn áp dụng quy tắc SMART, trong đó:

- S - Specific: Mục tiêu cụ thể, rõ ràng, chi tiết.
- M - Measurable: đo lường được.

- A - Achievable: Có thể đạt được, trong khả năng.
- R - Realistic: Thực tế, không viễn vông.
- T - Time bound: Thời hạn để đạt được mục tiêu.

3. Bước 3: Chuẩn bị

Bạn cần chuẩn bị về tài chính bằng cách huy động vốn và xác định mức đầu tư vào doanh nghiệp là bao nhiêu? Chi phí này sẽ được phân bổ vào những việc gì? Ngoài ra, bạn cần phân tích các chỉ số đầu tư? Phân tích các điểm hòa vốn? Cách quản lý quỹ và dòng tiền?

Tiếp theo, hãy chuẩn bị về nguồn cung bằng cách đàm phán với nhà cung cấp, lựa chọn nguồn cung phải phù hợp về giá cả và chất lượng.

Xác định được giá bán là bao nhiêu?

Sau đó, hãy chọn kênh bán hàng phù hợp, khi đã lựa chọn được kênh bán hàng, bạn có thể lựa chọn cách tổ chức bán hàng trực tiếp hoặc qua các đại lý. Đồng thời, bạn cần xác định được hệ thống đại lý được tổ chức ra sao, có nhân viên bán hàng hoặc cộng tác viên hay không?...

Bạn cần xây dựng kịch bản sale, chương trình bán hàng. Một vài cách gia tăng chương trình bán hàng hiệu quả như: chương trình giảm giá, khuyến mãi, chính sách ưu đãi, chiết khấu hấp dẫn cho đại lý...

Cuối cùng, hãy lên kế hoạch quảng cáo, Marketing. Như vậy, bạn đã hoàn thành bước thứ 3 của mẫu chiến lược bán hàng.

4. Bước 4: Tiến hành triển khai

Đến bước này, bạn cần triển khai chương trình bán hàng và hoàn thiện các hệ thống chuỗi cung ứng...

Triển khai các chương trình tiếp thị, quảng cáo, các chiến dịch xúc tiến thương mại...

Tiếp cận khách hàng trực tiếp hoặc gián tiếp qua điện thoại, email...

Sau đó, lên kế hoạch đàm phán, chốt đơn, ký kết hợp đồng và thực hiện giao dịch.

Cách chăm sóc khách hàng, chính sách bảo hành.

5. Bước 5: Theo dõi, giám sát và điều chỉnh

Bạn cần đánh giá hiệu quả Marketing xem chiến dịch có hiệu quả hay không? Tỷ lệ chuyển đổi như thế nào?...

Ngoài ra, bạn cần phải đánh giá chương trình bán hàng qua chính sách ưu đãi có hấp dẫn và có thuận lợi cho các đại lý hay không?...

Đo lường doanh số, doanh thu theo từng tuần, từng tháng. Sau đó, đánh giá hiệu suất công việc.

Theo dõi phản hồi của khách hàng về thái độ của nhân viên, về sản phẩm, chính sách khuyến mãi... Để từ đó, bạn có thể điều chỉnh và sửa đổi các hoạt động kinh doanh sao cho kịp thời và hợp lý.

Cuối cùng, bạn tổng kết, nghiệm thu và đánh giá khả năng đạt được mục tiêu kinh doanh.

Chỉ cần bạn nắm vững 5 bước cơ bản trong mẫu chiến lược bán hàng này, bạn có thể xây dựng được một bản chiến lược bán hàng hoàn hảo. Điều quan trọng là bạn cần vạch ra từng kế hoạch thật cụ thể, chi tiết và rõ ràng, đồng thời kiên định trong việc thực hiện những mục tiêu này.