



ĐỀ CƯƠNG MÔN HỌC

I. THÔNG TIN CHUNG

1. Tên môn học: NGHIỆP VỤ BÁN HÀNG 1

2. Mã môn học:

3. Trình độ: TRUNG CẤP

4. Số đơn vị học trình: 3 (45 tiết)

5. Điều kiện cần thiết:

Học sinh nên học trước môn Giao tiếp trong kinh doanh, marketing căn bản. Trong quá trình học nên tham dự giờ giảng liên tục, làm đầy đủ bài tập và tích cực thảo luận nhóm.

6. Mục tiêu của môn học:

Trang bị cho học sinh kiến thức, kỹ năng và nghiệp vụ liên quan đến công việc bán hàng của doanh nghiệp. Sau khi học xong, học sinh có thể hiểu một cách rõ ràng và cụ thể các yêu cầu đối với người bán hàng, cách tiếp cận và bán hàng hiệu quả với thái độ phục vụ tận tâm, văn minh, lịch sự, biết cách trưng bày hàng hoá, có thể xây dựng được quy trình bán hàng trong khu vực quản lý, tìm kiếm khách hàng tiềm năng, thiết lập cuộc hẹn, tiếp xúc khách hàng và biết cách giải quyết một số mâu thuẫn, rắc rối cơ bản với khách hàng.

7. Tài liệu học tập:

Ngoài tóm tắt bài giảng được giảng viên cung cấp trên trang web:

<http://www.ou.edu.vn/khoa> Quản trị kinh doanh/ Tài liệu học tập, học sinh nên đọc các cuốn sách sau:

Phan Thanh Lâm, *Kỹ năng bán hàng* (2011), NXB Phụ nữ.

Trịnh Xuân Dũng, *Nghề bán hàng*, (2005) NXB Thống kê, Hà Nội

II. NỘI DUNG CHI TIẾT MÔN HỌC

Chương 1: Nghề bán hàng và người bán hàng (5 tiết)

Mục tiêu của chương: giúp học sinh hiểu về nghề bán hàng, thấy được tầm quan trọng của nó trong quá trình sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp và đời sống xã hội cũng như biết được muốn trở thành người bán hàng thì cần phải hội đủ những phẩm chất và năng lực nào.

Các nội dung chính:

Trước khi bắt đầu vào nội dung môn học, giảng viên sẽ giới thiệu cách học, đánh giá và dạng của bài kiểm tra, bài thi.

- Nghề bán hàng: khái niệm, tầm quan trọng của nghề bán hàng trong quá trình sản xuất kinh doanh của công ty.

Bàn luận: Công việc bán hàng có ảnh hưởng trực tiếp đến sự thay đổi doanh thu, lợi nhuận của doanh nghiệp ra sao?

- Người bán hàng: khái niệm, vai trò của người bán hàng, những phẩm chất và năng lực cần có của người bán hàng chuyên nghiệp.

Bàn luận: Nêu ví dụ về từng phẩm chất và giải thích tại sao lại cần có ở người bán hàng.

Chương 2: Quy trình bán hàng (20 tiết)

Mục tiêu của chương: cung cấp kiến thức để học sinh hiểu về tiến trình bán hàng, biết được các điều cần làm và cần tránh trong từng giai đoạn bán hàng. Giúp học sinh thực hành các kỹ năng trong từng bước của tiến trình bán hàng, hình dung được thực tế diễn ra thông qua các tình huống. Qua đó biết cách tạo sự hài lòng ở khách hàng từ những phút ban đầu đến những phút cuối cùng cũng như tạo ra thiện cảm về hàng hoá và phong cách phục vụ, hứa hẹn sự quay trở lại và trở thành khách hàng trung thành với nhãn hiệu và cửa hàng.

Các nội dung chính:

- Khởi đầu việc bán hàng (5 tiết): nhận thức là phải làm gì và nói gì để bán được hàng, lời chào mở đầu gồm những câu mở đầu để tạo ấn tượng, thiện cảm với khách, im lặng và lắng nghe, khi khách hàng cần thông tin, đưa thông tin tạo niềm tin; giới thiệu sản phẩm như thế nào là phù hợp gồm việc tạo câu hỏi mở để biết cụ thể về nhu cầu của khách, mở đầu bằng sự tán dương, tạo nên sự hiếu kỳ, những câu nói khi bán hàng, tạo sự ngạc nhiên, tham khảo ý kiến, bán hàng có thưởng.

Bàn luận: phân tích tình huống

Thực hành: tình huống đóng vai

- Tiến trình trong bán hàng (5 tiết): Những trường hợp đối đáp với khách hàng như khi khách hàng nói “Tôi không biết”, khách hàng có phản ứng chủ quan hoặc khách quan, những câu hỏi không thể trả lời thì nên làm gì?; giá trị của thái độ tích cực, sử dụng những câu hỏi hợp lý; chào đón khách hàng.

Bàn luận: phân tích tình huống

Thực hành: tình huống đóng vai

- Cách tiếp cận khách hàng (5 tiết): những điều nên và không nên làm khi tiếp cận khách hàng, chọn cách tiếp cận phù hợp với từng loại khách hàng; mục tiêu của một phương pháp tiếp cận tốt; ba loại khách hàng; làm sao để tránh được sự hoài nghi, cách đưa mình chứng một cách thuyết phục; cách trợ giúp khách mua hàng.

Bàn luận: phân tích tình huống

Thực hành: tình huống đóng vai

- Kết thúc việc bán hàng (5 tiết): cách làm cho khách hàng khao khát để quyết định mua hàng, những dấu hiệu kết thúc việc bán hàng, chỉ ra món hàng khách muốn mua, thu

hẹp sự lựa chọn và kết thúc vào cái cuối cùng; kết thúc một sự không hài lòng; liên kết các điểm lợi hại với nhau; yêu cầu về sự đặt hàng; sửa chữa sản phẩm.

Bàn luận: phân tích tình huống

Thực hành: tình huống đóng vai

Chương 3: Tâm lý khách hàng (5 tiết)

Mục tiêu của chương: giúp học sinh hiểu được những lợi ích của việc nghiên cứu tâm lý học trong nghề bán hàng, có được các kiến thức, kỹ năng phán đoán tâm lý khách hàng và biết cách vận dụng các quy luật tâm lý vào việc bán hàng.

Các nội dung chính:

- Mục đích của việc nghiên cứu tâm lý học trong nghề bán hàng.
- Những tố chất cơ bản hình thành cá tính con người và cách phán đoán cá tính.
- Đặc điểm tâm lý chung của khách hàng.
- Đặc điểm tâm lý của một số khách hàng thường gặp: nữ giới, nam giới, trẻ em, người cao tuổi, người đau ốm, bệnh tật...

Bàn luận: hướng dẫn làm rõ tâm lý của từng loại khách hàng.

Chương 4: Nghệ thuật bán hàng (10 tiết)

Mục tiêu của chương: giới thiệu nghệ thuật tạo sự hấp dẫn đối với khách hàng để học sinh biết cách vận dụng trong quá trình bán hàng hầu có thể bán được nhiều hàng hoá hơn và biết cách xử lý các tình huống phổ biến khi xảy ra mâu thuẫn, bất đồng với khách hàng.

Các nội dung chính:

- Một số kỹ năng giới thiệu hàng hoá, dịch vụ (3 tiết): phát triển sự khéo léo trong việc hướng dẫn sử dụng, tạo lòng tin nhằm thuyết phục được khách hàng như đứng thẳng, giao tiếp bằng mắt, không nên lo lắng vào lúc bán hàng, nói một cách rõ ràng, âm lượng giọng nói, ngôn ngữ phù hợp.

Bàn luận: phân tích tình huống

Thực hành: tình huống đóng vai

- Sức mạnh của lòng nhiệt tình (2 tiết): bí quyết của lòng nhiệt tình, nhiệt tình sẽ kích thích kinh doanh, sự nhiệt tình có tính lan truyền, kiến thức thêm vào sự nhiệt tình giúp thu hút khách hàng.
- Làm thế nào để bán được nhiều hơn (2 tiết): cách thức để việc bán hàng ngày càng tăng gồm bán bổ sung không ảnh hưởng đến hàng đang bán, khi nào nên dừng lại.
- Giải quyết mâu thuẫn khách hàng (3 tiết): tránh xung đột, sự bất bình để làm người ta nản lòng, khách hàng có chi trả được không; các loại xung đột, quyết định loại xung đột giả hay thật, thắng được cuộc tranh cãi và mất khách hàng; giảm sự va chạm; tạo xung đột thành một câu hỏi; kỹ thuật “vâng, nhưng mà”; phương pháp đảo ngược.

Bàn luận: phân tích tình huống

Thực hành: tình huống đóng vai

Chương 5: Nghệ thuật trưng bày (5 tiết)

Mục tiêu của chương: cung cấp cho người học những kiến thức, kỹ năng để có thể thiết kế và trưng bày hàng hoá một cách đẹp mắt, hợp lý và sáng tạo nhằm thu hút được khách hàng, tạo điều kiện thuận lợi bán được nhiều hàng, có được lợi thế cạnh tranh hơn các cửa hàng khác.

Các nội dung chính:

- Khái niệm về trưng bày
- Hình thức “Tủ trưng bày”: phải chú ý đến các vấn đề như việc trưng bày phải được trù định trước và kiểm soát chặt chẽ, việc trưng bày nên được xây dựng chung quanh tiêu đề chính cho phù hợp, ánh sáng sẽ lôi cuốn sự chú ý, phía sau tủ trưng bày cũng phải phù hợp với toàn cảnh bày trí, sự bày trí phải thích hợp với tủ hàng hoá và sản phẩm trưng bày, việc bày trí phải đặc trưng cho một phong cách hài hoà và đơn giản, phải được giữ gìn sạch sẽ và được thay đổi thường xuyên, viết tên cửa hàng lên tủ trưng bày.
- Cách bày trí trong cửa hàng: cũng phải có các yếu tố giống tủ trưng bày, đặt trên quầy rời dọc lối đi, đặt ở tầm thuận lợi cho khách hàng lấy.

Bàn luận: phân tích cách trưng bày của các cửa hàng, siêu thị qua hình ảnh.