

GIAO TIẾP TRONG KINH DOANH

Câu I: Các kỹ năng giao tiếp cơ bản(Cách tiến hành)

1) Kỹ năng lắng nghe

- Tạo không khí bình đẳng cởi mở: để làm được điều này bạn cần chú ý:

+ Khoảng cách giữa bạn và người đối thoại: không quá xa (tùy theo mối quan hệ mà chọn khoảng cách phù hợp: riêng tư, thân mật).

+ Vị trí, tư thế: ngang tầm đối diện, cùng đứng hoặc cùng ngồi hướng vào nhau, đứng hoặc ngồi ngang tầm nhau (tránh người đứng chỗ cao, người đứng chỗ thấp hoặc người ngồi ghế cao, người ngồi ghế thấp)

+ Động tác, cử chỉ: không khoanh tay hoặc đút tay vào quần vì những điệu bộ, cử chỉ này biểu hiện sự khép kín, không muốn tham gia

- Bộc lộ sự quan tâm:

+ Tư thế dẫn thân: nghiêng người về phía người đối thoại

+ Tiếp xúc bằng mắt: nhìn người đối thoại bằng ánh mắt nhẹ nhàng, chân thành, nhưng không tập trung vào một điểm nhìn mà bao quát toàn bộ con người họ

+ Các động tác, cử chỉ đáp ứng: gật đầu, động tác của tay ... Cần tránh bẻ tay, dùng ngón tay mân mê một vật gì đó... vì nó biểu lộ sự không chú ý

- Gợi mở: là một hành động giúp nghe được nhiều hơn, hiểu rõ hơn người đang đối thoại với mình

+ Tỏ ra am hiểu vấn đề và thông cảm với người đối thoại (lời nói, ánh mắt, nụ cười, nét mặt, gật đầu....)

+ Chú ý lắng nghe và phản hồi một cách thích hợp (bằng lời nói, điệu bộ, cử chỉ...)

+ Thỉnh thoảng đặt ra câu hỏi để hiểu rõ hơn vấn đề và tỏ ra bạn quan tâm đến câu chuyện của người đối thoại

+ Giữ sự im lặng đầy vẻ quan tâm, thể hiện bạn đang chờ nghe câu chuyện tiếp theo của người đối thoại, nếu người đối thoại dừng lại quá lâu (Không lấp đầy khoảng trống bằng những lời giải thích bổ sung...) bạn cần phải phá vỡ sự im lặng đó vì nếu tiếp tục sẽ dễ làm người đối thoại rời xa chủ đề câu chuyện

2) Kỹ năng đặt câu hỏi:

- Dùng câu hỏi để thu thập thông tin:

+ Khởi gợi hứng thú ở người đối thoại: thể hiện thái độ nhã nhặn, lịch sự và tỏ ra biết ơn đối với những gì họ cung cấp để họ cảm thấy vui vì đã làm một việc tốt, can vận dụng kỹ năng nghe để người đối thoại thêm hứng thú

+ Nên bắt đầu bằng câu hỏi dễ trả lời: điều này làm người đối thoại cảm thấy thoải mái tự tin và muốn trả lời những câu hỏi tiếp theo của bạn. Câu hỏi dễ trả lời là câu hỏi mà người được hỏi có sẵn thông tin và không đụng chạm đến vấn đề tế nhị hay khó nói

+ Đặt câu hỏi: tùy theo tình huống mà bạn chọn loại câu hỏi phù hợp để khai thác thông tin

* Câu hỏi trực tiếp: hỏi thẳng vấn đề mà bạn quan tâm; và gián tiếp: hỏi vấn đề khác nhưng qua câu trả lời bạn có thông tin mà mình cần biết, loại câu hỏi này hạn chế việc trả lời đối phó

* Câu hỏi gợi mở: khuyến khích người đối thoại cung cấp tất cả những gì họ có về vấn đề bạn nêu ra

* Câu hỏi đóng: có sẵn phương án trả lời, người được hỏi chỉ cần chọn đáp án trả lời; câu hỏi mở: không có phương án trả lời, người trả lời có thể thoải mái trả lời theo ý mình

* Câu hỏi chuyển tiếp: dùng để chuyển sang một vấn đề khác theo chủ ý người hỏi

* Câu hỏi tóm lược ý: dùng để tóm tắt lại những gì chúng ta hiểu về những điều người đối thoại nói

3) Kỹ năng thuyết phục:

- Tạo không khí bình đẳng: là điều kiện đầu tiên để bạn có thể thành công trong thuyết phục, nó làm người đối thoại cảm thấy thoải mái, được tôn trọng, làm giảm sự đề phòng, phản kháng của họ
- Lắng nghe để hiểu người đối thoại (tâm lí của họ, nguyên nhân làm họ lo ngại, bận tâm, từ chối): để chúng ta có thể trình bày ý kiến của mình khi người đối thoại họ thấy có sơ hở, thiếu sót trong lời nói của mình, vì người đối thoại lúc nào cũng muốn bảo vệ ý kiến của mình
- Bày tỏ sự thông cảm
- Giải quyết vấn đề (giải tỏa lo ngại, bận tâm, từ chối)

4) Kỹ năng thuyết trình

- Chuẩn bị:

+ Đánh giá đúng bản thân:

. bạn có am hiểu vấn đề, có đủ thông tin để trình bày k

. Con người cương vị của bạn có được người nghe chấp nhận

+ Tìm hiểu người nghe

+ Xác định mục tiêu và mục đích bài nói chuyện

+ Chuẩn bị bài nói chuyện: Chuẩn bị ba phần

. Phần mở đầu: chọn cách dẫn nhập phù hợp và theo mục đích của ng thuyết trình: đặt câu hỏi, lối kể chuyện, tương phản, trích lời nói của doanh nhân... tuy nhiên cần tránh quá dài dòng hay quá sơ sài, hoặc k ăn nhập gì đến chủ đề...

. Phần khai triển: sắp xếp các ý theo một bố cục có logic, đưa ra những dẫn chứng, ví dụ cụ thể để sinh động bài nói, tùy theo tính chất của buổi nói chuyện mà bạn có thể thêm hoặc bớt những câu chuyện bên lề liên quan đến chủ đề

. Phần kết: Chốt lại vấn đề, cô đọng lại cho người nghe

- Tiến hành thuyết trình:

+ Ăn mặc nghiêm túc, lịch sự và phù hợp với tính chất của buổi diễn thuyết

+ Khi đi lên bục nói chuyện, dáng đi phải tự tin, đàng hoàng, không vội vàng hay chậm chạp, ung dung, thông thả quá. Tiếp xúc bằng mắt với người nghe, mỉm cười với họ khi đi từ ngoài vào. Nếu người nghe vỗ tay thì bạn nên dừng lại trong giây lát, mỉm cười sau đó bước lên bục

+ Đứng trên bục, bạn cần thẳng người với tư thế tự nhiên, không đút tay vào túi quần, mắt nhìn thẳng xuống người nghe, ánh mắt nhẹ nhàng tôn trọng và quan tâm

+ Trước khi thuyết trình bạn cần tự giới thiệu về mình, phần giới thiệu nên ngắn gọn, không rườm rà, dài dòng

+ Nói to và rõ ràng, đủ cho người ngồi xa bạn nhất cũng có thể nghe thấy

+ Cần thay đổi tốc độ, nhịp nói: trầm – bổng, lên – xuống, nhanh – chậm, lướt – nhấn tùy theo nội dung trình bày

+ Trong quá trình trình bày, thường xuyên đưa mắt xuống người nghe, đừng để người nghe có cảm giác bị bỏ rơi.

+ Cần sử dụng các phương tiện phi ngôn ngữ khác như nét mặt, cử chỉ, động tác một cách tự nhiên và hợp lý.

+ Không nên rời khỏi tầm nhìn của một nhóm người nghe nào đó quá lâu để tránh phân tán chú ý và khó tiếp thu.

- Kết thúc thuyết trình: Chốt lại ý chính của bài và cảm ơn người nghe

5) Kỹ năng đọc và tóm tắt văn bản:

*** Kỹ năng đọc:**

-Lĩnh hội bằng Đọc tích cực

+ Đặt câu hỏi nhằm phân tích giải thích những thông tin trong bài đọc và giúp bạn nhớ chúng

+ Kỹ thuật ghi nhớ:

Xác định bố cục của văn bản

Dùng các ký hiệu khác nhau để phân biệt các chú ý quan trọng

Tóm lược văn bản

- Tốc độ đọc: kỹ, bình thường, và đọc lướt (áp dụng khi quyết định đọc một tài liệu nào đó, hoặc một phần nào...)

- Đọc nhanh

+ Đọc k phát thành âm

+ Mắt nhìn vào giữa trang văn bản và di chuyển từ trên xuống dưới theo hướng thẳng đứng

+ Chỉ đọc một lần dù đó là câu phức tạp

+ Cố gắng hiểu những gì bạn đã đọc được, điều đó giúp bạn ghi nhớ tốt

+ Luyện đọc thường xuyên

* **Kỹ năng tóm tắt văn bản**

+ Xác định số đoạn văn có trong văn bản gốc và chủ đề của mỗi đoạn

+ Bằng một hoặc một vài câu thích hợp tóm lược ý của mỗi đoạn

+ Dùng các từ ngữ thích hợp để liên kết các câu lại với nhau để có văn bản tóm tắt

6) Kỹ năng viết

-Xác định chủ đề của văn bản cần viết.

-Lập dàn ý cho văn bản.

-Viết văn bản có đủ 3 phần: mở bài, khai triển, kết bài...

Câu II: Tâm lý kinh doanh (vai trò)

1. **Vai trò của cảm giác đối với người tiêu dùng:**

- Cảm giác góp phần tạo ra ấn tượng đầu tiên của người tiêu dùng đối với sản phẩm, cảm giác là cơ sở của mọi hoạt động tâm lí phức tạp. Người tiêu dùng nhờ có cảm giác mà có thể nhận biết hàng hoá một cách toàn diện. Thông qua cảm giác, người mua hàng có ấn tượng đầu tiên về hàng hoá, người bán hàng, doanh nghiệp... Từ đó ảnh hưởng đến quyết định mua hàng của họ.
- Cường độ tác động của hàng hoá cần phù hợp với ngưỡng cảm giác của người tiêu dùng. Người tiêu dùng có độ nhạy cảm của cảm giác khác nhau đối với sản phẩm, do đó quảng cáo thương mại cần có thiết kế và điều chỉnh phù hợp với ngưỡng cảm giác của họ: giá cả, màu sắc, hình dáng...

2. Vai trò của tri giác đối với người tiêu dùng:

- Khi mua hàng người tiêu dùng bao giờ cũng lựa chọn sản phẩm cần mua, phù hợp với nhu cầu và mục đích của họ, vì thế vai trò của các quy luật tri giác hết sức quan trọng. Quy luật “**hình**” (đối tượng) và “**phông**” (bối cảnh) giúp người tiêu dùng lựa chọn sản phẩm nhanh hơn.
- Có thể sử dụng quy luật **ảo giác** (tri giác đánh lừa cảm giác) để trưng bày, giới thiệu sản phẩm rất có hiệu quả
- Tri giác có thể làm tăng diện tích tiếp xúc và phục vụ của người bán hàng. Nếu có trường tri giác rộng, người bán hàng không những tăng diện tích phục vụ đối với khách (phục vụ được nhiều khách trong một lúc), mà còn kiểm soát được sản phẩm của mình.

3. Vai trò của chú ý trong hoạt động kinh doanh:

- Đa dạng hoá sản phẩm trong kinh doanh để thu hút chú ý của người tiêu dùng đối với cửa hàng.
- Người tiêu dùng có thể bị mệt, do phải đi lại nhiều để tìm kiếm sản phẩm và luôn trong trạng thái chú ý căng thẳng. Vì thế cần bố trí chỗ nghỉ, chỗ vui chơi giải trí, kết hợp với ánh sáng, âm nhạc phù hợp làm cho người tiêu dùng chú ý tốt hơn đối với sản phẩm.
- Chủ động chuyển từ sự chú ý không chủ định sang chú ý có chủ định của người tiêu dùng, bằng cách quảng cáo hoặc rang trí phù hợp.
- Sử dụng một số cách thức, thủ thuật tâm lí trong quảng cáo nhằm tạo sự chú ý cho người tiêu dùng.
- Sử dụng vị trí: cửa hàng có vị trí dễ quan sát, dễ đi lại, gần nơi dân cư sinh sống... Có tác dụng tốt để tăng sự chú ý của người tiêu dùng.

4. Biểu hiện khí chất ở hành vi của người tiêu dùng:

- *Khí chất linh hoạt:* biểu hiện ở người cảm xúc dễ thay đổi, phản ứng nhanh, nhiệt tình, lanh lợi, hiếu động, thiết lập quan hệ nhanh với người bán hàng; cử chỉ nhanh nhẹn hoạt bát, mau hàng và tính toán giá cả nhanh. Họ thuộc loại hoạt động thần kinh linh hoạt.
- *Khí chất điềm tĩnh:* biểu hiện ở người cảm xúc ít thay đổi, hành vi mua hàng của họ bình tĩnh, thận trọng, chắc chắn khi mua hàng, nhưng họ hơi cố chấp, đôi khi đa nghi; hành động tư thế mua hàng khá ung dung, từ tốn, ăn nói và cử chỉ thận trọng biết tự kiềm chế. Họ thuộc loại hoạt động thần kinh cân bằng.
- *Khí chất sôi nổi nóng nảy:* cảm xúc, tâm trạng dễ thay đổi, dễ xúc động, hấp tấp khi mua hàng, nét mặt luôn rạng rỡ, mua nhanh, thích nói chuyện trao đổi với người bán hàng, thiết lập quan hệ nhanh với những người xung quanh, dễ nổi nóng khi không được quan tâm, phục vụ chu đáo. Họ thuộc loại quá trình thần kinh hưng phấn chiếm ưu thế.
- *Khí chất ưu tư:* biểu hiện tâm tư trầm lặng, phản ứng chậm, do dự, không thích ồn ào, đa nghi, kín đáo, tỉ mỉ, ăn nói và cử chỉ chậm chạp, ngưng nghịu; sống bằng nội tâm, không thích giao tiếp, ồn ào. Khi mua sản phẩm, họ chậm nhưng mà chắc, kỹ lưỡng trong lựa chọn.

Câu III: Các loại động cơ thường thấy ở người tiêu dùng

1. Động cơ thực dụng:

- Lấy giá trị sử dụng làm mục tiêu chủ yếu.
- Đặc biệt chú trọng tới công dụng và chất lượng thực tế của sản phẩm, dịch vụ.

2. Động cơ chạy theo cái mới:

- Lấy cái mới mẻ, độc đáo, thời thượng của sản phẩm, dịch vụ làm mục tiêu chủ yếu.
- Đặc biệt chú trọng kiểu dáng, cấu tạo, màu sắc, vẻ đẹp, họ chạy theo cái mới, cái tiên tiến.

3. Động cơ chạy theo cái đẹp

- Lấy giá trị thưởng thức, giá trị nghệ thuật của sản phẩm làm mục đích chủ yếu.
- coi trọng kiểu dáng, màu sắc, mốt, giá trị văn hóa, nghệ thuật mà không chú ý tới giá cả hoặc chất lượng của sản phẩm.

4. Động cơ mua hàng giá rẻ

- Chú trọng tới giá cả sản phẩm, muốn chi trả ít mà có được nhiều lợi ích vật chất.
- Phản ứng rất nhanh nhạy đối với những thay đổi về giá, thích mua sản phẩm hạ giá, có giá khuyến mãi, giá đặc biệt.

5. Động cơ dự trữ

- Thường là những người cơ hội
- Muốn có 1 lượng sản phẩm nhất định để khi thị trường khan hiếm bán ra để kiếm lời hoặc sử dụng dần.

6. Động cơ phô trương

- Phô trương địa vị, khoe khoang sự giàu sang
- Thường không chú ý tới việc chi tiêu mà lại đặc biệt chú ý tới ý nghĩa tượng trưng, giá trị tinh thần của hàng hóa.

7. Động cơ thói quen

- Thường mua sản phẩm để thỏa mãn thị hiếu hoặc lối sống riêng của mình.
- Thường xuyên mua những sản phẩm mà họ ưa thích hoặc theo thói quen.

8. Động cơ tình nghĩa

- Thường mua hàng có tính chất tình huống, do ấn tượng mạnh của người bán hàng đối với họ
- Động cơ chính thúc đẩy hành vi tiêu dùng là do tình cảm và xúc cảm dương tính đối với sản phẩm, người bán hàng hoặc doanh nghiệp.

Câu IV: Đặc điểm tâm lý của người tiêu dùng (ở thanh niên)

Đặc điểm tâm lý tiêu dùng tuổi thanh niên(18-34t), thời gian hoạt động học tập và hoạt động xã hội rất tích cực, định hướng nghề nghiệp rõ rệt)

1/ Có tính độc lập cao trong tiêu dùng:

- Có năng lực độc lập mua hàng và tiêu dùng sản phẩm.
- Thay đổi vai trò trong gia đình, được trao đổi ý kiến khi mua những sản phẩm đắt tiền trong gia đình.
- Một số có thu nhập, nên khả năng mua hàng lớn.

2/ Chạy theo mốt, thể hiện tính thời đại:

- Do là những người sôi nổi, nhạy bén, khát vọng thay đổi, là những người sáng tạo trong tiêu dùng.
- Chạy theo mốt, thời đại, hưởng thụ cái đẹp.
- Tìm tòi, phổ biến sản phẩm mới, tác động xung quanh tạo xu hướng thị trường.

3/ Thích thể hiện cái tôi:

- Do ở độ tuổi quá độ từ thiếu niên lên trung niên nên ý thức cái tôi của họ rất lớn.
- Mọi hành động, lời nói đều độc lập, thể hiện cái tôi ưa thích những hàng hóa độc đáo, thể hiện được cá tính, ko giống ai.

4/ Yêu cầu thực dụng:

- Thanh niên là những người có tri thức, quan hệ, tiếp xúc nhiều với KHKT- thông tin nên họ tiêu dùng khá chủ động, sản phẩm họ chọn thời thượng nhưng vẫn phải thực dụng, phù hợp môi trường hoạt động và công việc.

5/Tính dễ xúc động trong tiêu dùng:

- Ở thanh niên tồn tại “ tâm lý 2 cực” (do tâm lý thời kì này không ổn định, dễ xúc động, thay đổi) dễ dẫn tới cực đoan.
- Thường nghiêng về tình cảm khi có mâu thuẫn giữa lý trí- tình cảm khi mua hàng.

- Có khuynh hướng rõ ràng với món hàng: mua hay không.
- Các nhân tố như mốt, màu sắc, giá cả.. đôi khi làm mất đi

Câu V: Tâm lý người bán hàng

❖ Vai trò của người bán hàng

Người bán hàng là người đại diện cho cả dây chuyền sản xuất kinh doanh đối với khách hàng. Khi tới cửa hàng thì khách hàng được tiếp xúc, làm quen với người bán hàng, vì thế mọi cử chỉ, điệu bộ, quần áo, đầu tóc, cách thức ứng xử, giao tiếp của người bán đều ảnh hưởng trực tiếp tới uy tín của cửa hàng, công ty và của ngành thương mại.

Người bán hàng có vai trò dẫn dắt, giới thiệu quảng cáo sản phẩm, kích thích nhu cầu, định hướng hành vi tiêu dùng của khách hàng. Người bán hàng có duyên dáng, khéo léo, niềm nở tiếp khách. Ví dụ: nếu ta vào một cửa hàng bán tranh ảnh nghệ thuật, mà người bán hàng ăn mặc không lịch sự, không biết cách tiếp khách, không biết cách giới thiệu sản phẩm, thì chắc chắn cửa hàng sẽ khó có thể tiêu thụ được nhiều sản phẩm.

Chất lượng và năng lực của người bán hàng, đặc biệt là phẩm chất đạo đức đóng vai trò rất quan trọng trong việc tạo dựng uy tín của cửa hàng, của doanh nghiệp. Giao tiếp trong cửa hàng thường mang tính chất không chính thức và ngẫu nhiên, người bán hàng phải tiếp xúc, phục vụ nhiều đối tượng khác nhau. Vì thế, họ cần có thái độ nhường nhịn, kiên nhẫn đối với khách hàng, chân thành và tôn trọng đối với họ

Sự hiểu biết, trình độ văn hóa, tay nghề và kinh nghiệm của người bán hàng đóng vai trò quan trọng trong việc tìm hiểu, nắm bắt tâm lý khách hàng.

❖ Các kiểu người bán hàng thường gặp: Có 5 kiểu:

1. Người bán hàng nôn nóng:

Ưu điểm : hăng hái , nhanh nhẹn, biết tùy cơ ứng biến .

Nhược điểm: tâm trạng dễ thay đổi, thái độ dễ thay đổi, thái độ phục vụ lúc tốt lúc không tốt, thường vì vội mà tranh cãi, nóng nảy với khách hàng.

2. Người bán hàng hoạt bát :

Ưu điểm : dễ tiếp xúc với khách hàng, thông cảm với họ, động tác nhanh nhẹn, diện phục rộng, biết thúc đẩy khách mua hàng.

Nhược điểm : dễ chuyển hướng chú ý, hứng thú dễ thay đổi, thiếu kiên trì nhẫn nại trong việc thuyết phục khách hàng.

3. Người bán hàng hiền lành:

Ưu điểm : nhiệt tình ,tâm trạng ổn định,biết nghe ý kiến của khách hàng.

Nhược điểm: không nhanh nhẹn, giải quyết vấn đề kém mạnh dạn, kiên quyết.

4. Người bán hàng điềm tĩnh:

Ưu điểm : bình tĩnh tiếp khách,chú ý ổn định,giới thiệu sản phẩm 1 cách khách quan,phục vụ chu đáo , tính toán nhanh, chính xác với khách hàng.

Nhược điểm : thiếu hăng hái ,thái độ lạnh nhạt ,giữ kẽ với khách.

5. Người bán hàng ưu tư :

Ưu điểm : tâm trạng trước sau như một,ngghiêm túc ,chăm chỉ làm việc,cần cù chịu khó và cẩn thận trong bán hàng, tính toán chính xác.

Nhược điểm : khó thiết lập quan hệ với khách, không biết quảng cáo sản phẩm cho khách,bán hàng chậm.

Câu VI: Các phẩm chất và năng lực người bán hàng

❖ Các phẩm chất của người bán hàng

1. **Lòng say mê nghề nghiệp:** Có hứng thú và ý chí vượt qua mọi khó khăn trong hoạt động bán hàng. Luôn học hỏi kinh nghiệm, nâng cao trình độ chuyên môn trong phục vụ, trưng bày hàng hóa, giao tiếp với khách hàng. Lòng say mê nghề nghiệp là một phẩm chất tâm lý phức tạp, kết hợp giữa tình cảm và thái độ, ý chí và nghị lực giúp người bán hàng hoàn thành tốt công việc của mình
2. **Phẩm chất trí tuệ:** Phẩm chất trí tuệ được thể hiện ở trình độ nghiệp vụ cao được thể hiện trong việc: tính toán nhanh, chính xác, nhớ hàng và giá cả các loại sản phẩm. Người bán hàng cần có sự am hiểu về chức năng cũng như thông tin sản phẩm để cung cấp cho khách hàng,các tri thức về kinh tế, pháp luật và tâm lí để tạo lập mối quan hệ,khả năng trình bày, quảng cáo sản phẩm và thuyết phục,tạo niềm tin cho khách hàng khi tạo hàng hóa.

3. **Phẩm chất đạo đức tốt:** Hoạt động bán hàng đòi hỏi thường xuyên giao tiếp, quan hệ với khách hàng là vô cùng căng thẳng, vì thế chuẩn mực hành vi ứng xử của người bán hàng không chỉ thể hiện uy tín cá nhân mà còn ảnh hưởng tới uy tín công ty, doanh nghiệp. Theo các nhà tâm lý, phẩm chất kinh doanh gồm các mặt sau:

- ***Trung thực, thật thà:*** là phẩm chất rất quan trọng của nhà kinh doanh nói chung và người bán hàng nói riêng. Trung thực được biểu hiện trong giá cả, chất lượng hàng hóa, quan hệ ứng xử. Ngoài ra còn thể hiện trong quảng cáo sản phẩm, cách gợi ý và dẫn dắt khách hàng... Khiêm tốn, nhường nhịn khi tiếp xúc với khách hàng. Ngôn ngữ giao tiếp chuẩn mực, dễ hiểu và phù hợp.
- ***Yêu mến đối với khách hàng:*** không phân biệt đối xử với khách hàng. Đặc biệt cần lưu ý tới những người già, tôn trọng khách hàng nhỏ tuổi, đặt mình vào vị trí khách hàng từ đó thông cảm và giúp đỡ hết lòng.
- ***Phẩm chất ý chí:*** bán hàng là công việc căng thẳng về trí óc, nặng nhọc về thể xác, phải giao tiếp với nhiều hạng người, chăm chỉ trong công việc, kỷ luật cao với lao động. Vì thế, yêu cầu người bán hàng phải có ý chí cao, thể hiện ở tính kiên trì, kỷ luật, độc lập, dũng cảm, tính kiềm chế trong ứng xử với khách hàng và trong quan hệ với đồng nghiệp. Ý chí giúp vượt qua khó khăn trong công việc. Hoàn thành tốt công việc được giao.

❖ **Các năng lực của người bán hàng**

- Năng lực bán hàng là tổ hợp các đặc điểm và thuộc tính tâm lý phù hợp với hoạt động bán hàng giúp họ hoàn thành tốt công việc được giao. Người bán hàng cần có kinh nghiệm và kỹ năng bán hàng thành thạo: thao tác bán hàng, tính toán nhanh, có năng lực nghe, quan sát khách hàng, phân phối và tập trung chú ý, có trí nhớ tốt, có năng lực diễn đạt ngôn từ, năng lực suy đoán và thấu hiểu tâm lý của khách hàng.
- **Năng lực giao tiếp và thiết lập quan hệ với khách hàng:** người bán hàng cần cởi mở, tươi cười và tế nhị, lịch thiệp trong giao tiếp. Họ cần hiểu biết tâm lý của các nhóm khách hàng để giao tiếp cho phù hợp. Sử dụng các kỹ năng lắng nghe, định vị trong giao tiếp với khách hàng. Họ cần sử dụng các kỹ năng ngôn ngữ và phi ngôn ngữ để giới

thiệt sản phẩm. Ngoài ra còn cần biết cách thức, dẫn dắt, khơi gợi và định hướng nhu cầu sản phẩm.

- **Năng lực kiểm tra:** người bán hàng cần có năng lực phân phối tốt để phục vụ khách hàng mà vẫn kiểm soát được hàng hóa. Trong hoạt động bán hàng, vào những giờ cao điểm hay ngày lễ, nếu người bán hàng không có năng lực kiểm tra thì có thể làm ảnh hưởng tới hiệu quả kinh doanh.
- Ngoài ra người bán hàng cần có *nghệ thuật bán hàng*. Là toàn bộ các thuộc tính, đặc điểm tâm lý giúp người bán hàng hoàn thành tốt công việc, tạo ra ấn tượng tốt đẹp với người mua hàng. Nghệ thuật bán hàng được thể hiện qua: tươi cười niềm nở với khách, luôn tỏ ra dễ chịu, thoải mái, tin tưởng và chân tình. Từ đó tạo dựng quan hệ thiện cảm với khách hàng, thúc đẩy hành vi mua hàng của họ. Thái độ, cử chỉ lịch thiệp của người bán có sức lôi cuốn. Tạo ra tâm trạng tốt ở người mua, tạo ra uy tín cho cửa hàng và văn hóa kinh doanh của doanh nghiệp. Người bán cần có giọng nói ấm áp, dễ chịu, ngọt ngào, lễ độ, có văn hóa. Mức độ sáng tạo, thông minh trong ứng xử với khách hàng. Nghệ thuật bán hàng còn thể hiện qua kỹ năng quảng cáo sản phẩm hàng hóa, chất lượng ưu việt của chúng. Nghệ thuật sử dụng ảo giác, quy luật hình và phong để xếp đặt, bố trí trưng bày để quảng cáo.
- **Lịch sự trong giao tiếp:** ăn mặc lịch sự, trang nhã hợp thời trang. Lưu ý tới đầu tóc, tư thế và tác phong của mình, Chào hỏi khách khi họ đến cửa hàng, giới thiệu tới món hàng họ quan tâm. Khi khách mua xong phải cảm ơn và hẹn gặp lại.
- Ngoài ra còn có *các yếu tố*: nét mặt không cần xinh lắm nhưng phải có duyên, giọng nói nhẹ nhàng, dễ nghe, Trang phục sạch sẽ, gọn gàng, màu sắc phù hợp với thị hiếu người tiêu dùng và tính chất sản phẩm.Chính những điều này giúp cho việc tạo dựng uy tín tốt cho hãng, ảnh hưởng trực tiếp tới tâm lý khách hàng.

Câu VII: Chân dung một nhân vật thành công (các gái tự soạn nhé)

~THE END~

~~~~GOOD LUCK~~~~