

Lời nói đầu

Chào các bạn độc giả,

Xin chân thành cảm ơn các bạn đã lựa chọn cuốn sách "108 Tuyệt Chiêu Đột Phá Doanh Số cho Ngành Vật Liệu Xây Dựng." Đây là một tác phẩm mà tôi rất tự hào được chia sẻ với các bạn, đặc biệt với những ai đang hoặc đã từng bước chân vào lĩnh vực kinh doanh vật liệu xây dựng.

Tôi là Nguyễn Khánh Hoài, Giám đốc của Nhà máy sản xuất Gỗ Nhựa Việt Ý, và tôi muốn chia sẻ với các bạn những tuyệt chiêu và kinh nghiệm đã được tích lũy trong suốt 10 năm hoạt động trong ngành vật liệu xây dựng. Cuốn sách này không chỉ là tập hợp những kiến thức và chiến lược, mà còn là sự gửi gắm lòng biết ơn và cảm tạ đến những người đã ủng hộ và đồng hành cùng tôi trong suốt chặng đường hành trình này.

Trong những năm qua, không thể không nhắc đến người chồng của tôi - anh Tommy Lee, người luôn đồng hành, hỗ trợ, và yêu thương tôi. Nhờ sự hỗ trợ vững chắc của anh, tôi đã có thêm động lực để tập trung vào công việc và đem đến những thành công đáng kể cho Nhà máy Gỗ Nhựa Việt Ý.

Cùng với Tommy Lee, tôi muốn dành lời cảm ơn đến hai đứa con gái của chúng tôi - Lisa và Louis. Họ là nguồn động viên vô cùng quan trọng trong cuộc sống và công việc của tôi. Những nụ cười và niềm vui của hai con luôn là nguồn năng lượng để tôi vượt qua những thách thức và khó khăn trong kinh doanh.

Không thể không nhắc đến toàn thể cán bộ công nhân viên tại Nhà máy Gỗ Nhựa Việt Ý. Những đồng đội tận tâm và nhiệt huyết đã đồng hành cùng tôi, đóng góp không nhỏ vào sự phát triển và thành công của nhà máy. Cùng nhau, chúng ta đã xây dựng được một tổ chức đoàn kết và tiến bộ.

Cuốn sách "108 Tuyệt Chiêu Đột Phá Doanh Số cho Ngành Vật Liệu Xây Dựng" là một cỗ máy tri thức, những bí quyết và kinh nghiệm thực tế, giúp bạn đạt được những thành công đáng kinh ngạc trong lĩnh vực kinh doanh vật liệu xây dựng. Hy vọng rằng những chiến lược, tuyệt chiêu và lời khuyên trong cuốn sách sẽ giúp bạn tăng doanh số và lợi nhuận một cách hiệu quả.

Hãy cùng nhau bước tiến và đột phá, xây dựng những nền móng vững chắc và thành công trong ngành vật liệu xây dựng!

Xin chân thành cảm ơn và chúc các bạn đọc cuốn sách vui vẻ và thành công!

Nguyễn Khánh Hoài

Giám đốc Nhà máy Gỗ Nhựa Việt Ý

MỤC LỤC

Lời mở đầu

CHƯƠNG I: GIỚI THIỆU VỀ NGÀNH VẬT LIỆU XÂY DỰNG

1. Khái quát về ngành vật liệu xây dựng
2. Xu hướng và thách thức trong ngành

CHƯƠNG II: CHIẾN LƯỢC TĂNG SỐ LƯỢNG KHÁCH HÀNG

CHƯƠNG III: TĂNG TỶ LỆ CHUYỂN ĐỔI KHÁCH HÀNG

CHƯƠNG IV: TĂNG SỐ LƯỢNG MUA TRUNG BÌNH CỦA MỘT KHÁCH HÀNG

CHƯƠNG V: 14 CHIẾN LƯỢC TĂNG SỐ LẦN MUA LẶP LẠI TRUNG BÌNH (4)

CHƯƠNG VI. TĂNG DOANH THU VÀ TỐI ƯU HÓA LỢI NHUẬN

LỜI CẢM ƠN

CHƯƠNG I: GIỚI THIỆU VỀ NGÀNH VẬT LIỆU XÂY DỰNG

1: Khái quát về ngành vật liệu xây dựng

Ngành vật liệu xây dựng là một trong những ngành quan trọng và tiềm năng của nền kinh tế. Đóng góp không nhỏ vào việc xây dựng và phát triển cơ sở hạ tầng, kiến trúc đô thị và các công trình công cộng. Với nhu cầu ngày càng cao về xây dựng và phát triển đô thị, ngành vật liệu xây dựng luôn đối mặt với thách thức và cơ hội phát triển.

1.1 Tầm quan trọng của ngành vật liệu xây dựng

Ngành vật liệu xây dựng đóng vai trò quan trọng trong việc cung cấp các sản phẩm và dịch vụ cần thiết cho xây dựng và hoàn thiện công trình. Từ các vật liệu truyền thống như xi măng, cát, đá, gạch đến những vật liệu hiện đại như bê tông nhựa đường, sàn nhựa, vật liệu chống nóng và cách nhiệt, ngành này cung cấp các lựa chọn đa dạng và phong phú để đáp ứng nhu cầu của khách hàng.

1.2 Thị trường và cạnh tranh trong ngành

Thị trường vật liệu xây dựng cạnh tranh và biến đổi không ngừng. Các doanh nghiệp trong ngành phải đối mặt với sự cạnh tranh từ các công ty cũ cũng như những đối thủ mới xuất hiện. Để giữ vững và phát triển, doanh nghiệp cần tìm hiểu và nắm vững tình hình thị trường, nhu cầu của khách hàng và thị hiếu ngày càng đa dạng.

1.3 Các yếu tố ảnh hưởng đến ngành vật liệu xây dựng

Ngành vật liệu xây dựng phải đối mặt với những yếu tố ảnh hưởng không chỉ từ nhu cầu xây dựng mà còn từ các yếu tố bên ngoài như tình hình kinh tế, chính sách quản lý, biến đổi khí hậu và các yếu tố tự nhiên. Việc tìm hiểu và đánh giá đúng những yếu tố này sẽ giúp doanh nghiệp đưa ra các quyết định chiến lược và kinh doanh hiệu quả.

1.4 Triển vọng và cơ hội phát triển

Mặc dù ngành vật liệu xây dựng đang đối mặt với nhiều thách thức, nhưng cũng tồn tại nhiều cơ hội phát triển. Việc tăng cường nghiên cứu và đổi mới công nghệ,

đáp ứng xu hướng xây dựng bền vững và thân thiện với môi trường sẽ tạo ra nhiều cơ hội mới cho doanh nghiệp. Đồng thời, việc mở rộng thị trường, xây dựng quan hệ đối tác và đẩy mạnh tiếp thị sẽ giúp doanh nghiệp vươn tầm ra ngoài và đạt được sự phát triển bền vững trong tương lai.

2 . Xu hướng và thách thức trong ngành vật liệu xây dựng

Ngành vật liệu xây dựng đang trải qua một loạt xu hướng và thách thức đáng chú ý. Để đạt được sự thành công và bứt phá doanh số, chúng ta cần hiểu rõ những xu hướng này và cách đối mặt với những thách thức đang diễn ra trong ngành.

2.1 Xu hướng tiêu dùng bền vững và thân thiện với môi trường

Xu hướng xây dựng bền vững và thân thiện với môi trường đang ngày càng được ưu tiên bởi khách hàng. Người tiêu dùng ngày càng tìm kiếm các vật liệu xây dựng có khả năng giảm thiểu tác động tiêu cực đến môi trường, như các vật liệu tái chế, vật liệu chống nóng, vật liệu tiết kiệm năng lượng và giảm khí thải. Do đó, các doanh nghiệp trong ngành cần tập trung vào nghiên cứu và phát triển các sản phẩm và dịch vụ bền vững, đồng thời thúc đẩy thông tin và giáo dục khách hàng về giá trị của việc sử dụng vật liệu xây dựng thân thiện với môi trường.

2.2 Đổi mới công nghệ và ứng dụng kỹ thuật số

Công nghệ ngày càng đóng vai trò quan trọng trong việc phát triển ngành vật liệu xây dựng. Sự đổi mới và ứng dụng kỹ thuật số không chỉ giúp tăng cường hiệu quả sản xuất mà còn cung cấp cho khách hàng những trải nghiệm mua hàng tốt hơn. Các công nghệ như trí tuệ nhân tạo, Internet of Things (IoT) và máy móc tự động hóa đang ngày càng được áp dụng trong ngành để tối ưu hóa quy trình sản xuất, cải thiện chất lượng sản phẩm và tăng cường trải nghiệm khách hàng. Tuy nhiên, để áp dụng hiệu quả công nghệ và kỹ thuật số, các doanh nghiệp cần đảm bảo nhân viên được đào tạo và sẵn lòng chấp nhận sự thay đổi, cũng như đảm bảo an toàn thông tin và bảo mật dữ liệu.

2.3 Tăng cường cạnh tranh từ các đối thủ mới và nhà cung cấp

Ngành vật liệu xây dựng đang đối mặt với sự cạnh tranh không ngừng từ các đối thủ truyền thống và các doanh nghiệp mới gia nhập thị trường. Để giữ vững thị

trường và tăng doanh số, các doanh nghiệp cần phát triển các lợi thế cạnh tranh độc đáo, như chất lượng sản phẩm, dịch vụ chuyên nghiệp, chính sách giá cả hấp dẫn và quan hệ khách hàng chất lượng. Đồng thời, việc xây dựng quan hệ đối tác vững chắc và đàm phán thỏa thuận hợp tác với các nhà cung cấp sẽ giúp đảm bảo nguồn cung cấp vật liệu ổn định và giá cả hợp lý.

2.4 Ảnh hưởng của biến đổi khí hậu và nguồn lực tự nhiên

Biến đổi khí hậu và sự cạn kiệt nguồn lực tự nhiên đang là một trong những thách thức lớn đối với ngành vật liệu xây dựng. Tính không ổn định của thời tiết và thiên tai có thể ảnh hưởng đến quy trình sản xuất và cung cấp vật liệu. Việc tìm kiếm và áp dụng các giải pháp bền vững và tiết kiệm nguồn lực là cần thiết để đảm bảo hoạt động bền vững và hiệu quả trong điều kiện biến đổi khí hậu và nguồn lực hạn chế.

CHƯƠNG II CHIẾN LƯỢC TĂNG SỐ LƯỢNG KHÁCH HÀNG

1: Xác định mục tiêu và đối tượng khách hàng

1.1 Xác định mục tiêu

Để đạt được sự đột phá doanh số trong ngành vật liệu xây dựng, việc xác định mục tiêu rõ ràng là vô cùng quan trọng. Mục tiêu cần phải cụ thể, đo lường được, khả thi và phù hợp với tầm nhìn và sứ mệnh của doanh nghiệp. Ví dụ, mục tiêu có thể là tăng doanh số bán hàng của một dòng sản phẩm cụ thể, mở rộng thị trường vào các khu vực mới, tăng cường thương hiệu và uy tín của công ty, hoặc cải thiện tỷ lệ chuyển đổi từ khách hàng tiềm năng thành khách hàng thực tế.

Mục tiêu cần phải được thiết lập cụ thể về số liệu và thời gian. Thí dụ, tăng doanh số bán hàng của dòng sản phẩm A lên 20% trong vòng 6 tháng hoặc mở rộng thị trường vào 3 tỉnh thành mới trong năm nay. Mục tiêu phải được đo lường và theo dõi liên tục để đánh giá hiệu quả của các hoạt động marketing và điều chỉnh kịp thời nếu cần thiết.

1.2 Xác định đối tượng khách hàng

Đối tượng khách hàng là nhóm người mà doanh nghiệp muốn hướng đến và tạo giá trị cho họ. Đối tượng khách hàng cần được xác định cụ thể và chi tiết để hướng tới những nhu cầu và mong muốn đặc biệt của họ.

Trong ngành vật liệu xây dựng, đối tượng khách hàng có thể là các nhà thầu xây dựng, kiến trúc sư, các doanh nghiệp xây dựng, chủ nhà đang xây dựng hoặc đang tìm kiếm nâng cấp cơ sở hạ tầng. Việc tìm hiểu sâu về đối tượng khách hàng giúp chúng ta hiểu rõ hơn về nhu cầu, thị hiếu và hành vi mua hàng của họ. Điều này cung cấp cơ sở để tùy chỉnh chiến lược marketing và phát triển những giải pháp tối ưu phục vụ cho đối tượng khách hàng cụ thể này.

Khi xác định đối tượng khách hàng, chúng ta nên tập trung vào việc xây dựng mối quan hệ và gắn kết với họ. Đối tượng khách hàng trong ngành vật liệu xây dựng đòi hỏi sự tin tưởng và đáng tin cậy trong việc cung cấp các sản phẩm chất lượng và dịch vụ chuyên nghiệp. Hơn nữa, việc tạo lập một hệ thống ghi nhớ thông tin cá nhân và ưu đãi riêng cho từng khách hàng là cách tốt nhất để tạo sự hài lòng và đắm chìm với doanh nghiệp của bạn.

Tóm lại, việc xác định mục tiêu và đối tượng khách hàng trong ngành vật liệu xây dựng đóng vai trò quan trọng trong việc xây dựng các chiến lược marketing hiệu quả và đột phá doanh số. Những công việc này đòi hỏi sự chính xác, nghiêm túc và kiên trì trong việc nghiên cứu và tương tác với khách hàng để đạt được sự thành công bền vững trong ngành.

**DƯỚI ĐÂY LÀ CÔNG THỨC KINH DOANH ĐỘT PHÁ
CỦA 1% CÁC GURU – NHỮNG NGƯỜI GIÀU NHẤT THẾ GIỚI**

SỐ LƯỢNG KHÁCH HÀNG (1)

X

TỶ LỆ CHUYỂN ĐỔI (2)

=

KHÁCH HÀNG

X

SỐ LƯỢNG GIAO DỊCH (3)

X

GIÁ TRỊ TRUNG BÌNH CỦA MỘT ĐƠN HÀNG (4)

=

DOANH THU

X

TỶ SUẤT LỢI NHUẬN (5)

=

LỢI NHUẬN

Số lượng khách hàng (1):

Đây là số lượng người mà công ty hoặc doanh nghiệp của bạn phục vụ trong một khoảng thời gian nhất định.

Mục tiêu của bạn là tăng số lượng khách hàng tiềm năng thông qua các chiến lược tiếp thị, quảng cáo và quan hệ khách hàng chất lượng.

Tỷ lệ chuyển đổi (2):

Tỷ lệ chuyển đổi thể hiện tỷ lệ khách hàng tiềm năng trở thành khách hàng thực tế hay giao dịch thành công.

Cải thiện tỷ lệ chuyển đổi có thể đòi hỏi tối ưu hóa quy trình bán hàng, tăng tính linh hoạt của sản phẩm, dịch vụ hoặc chương trình khuyến mãi để thu hút khách hàng.

Số lượng giao dịch (3):

Đây là số lần giao dịch được thực hiện bởi mỗi khách hàng trong một khoảng thời gian nhất định.

Để tăng số lượng giao dịch, bạn có thể xem xét các chương trình khách hàng thường xuyên hoặc tăng cường quảng cáo để thu hút quan tâm của khách hàng.

Giá trị trung bình của một đơn hàng (4):

Đây là giá trị trung bình mà mỗi khách hàng chi tiêu khi thực hiện giao dịch.

Cải thiện giá trị đơn hàng có thể đòi hỏi đa dạng hóa sản phẩm, tăng tính thú vị và chất lượng của sản phẩm hoặc dịch vụ.

Doanh thu:

Đây là tổng giá trị tiền thu được từ tất cả các giao dịch.

Để tăng doanh thu, bạn cần tăng cường mức tiêu thụ, thu hút khách hàng trung thành và tăng cường quan hệ bán hàng.

Tỷ suất lợi nhuận (5):

Tỷ suất lợi nhuận là tỷ lệ giữa lợi nhuận và doanh thu, thể hiện mức độ hiệu quả kinh doanh của bạn.

Để tăng tỷ suất lợi nhuận, bạn cần tối ưu hóa chi phí, quản lý tài nguyên và tăng cường giá trị cho khách hàng.

32 CÁCH TĂNG SỐ LƯỢNG KHÁCH HÀNG TIỀM NĂNG

1. Tặng quà miễn phí có giá trị cao:

- Tạo ra những mẫu sản phẩm nhỏ có giá trị cao, chẳng hạn như các mẫu thử vật liệu xây dựng mới, mẫu màu sơn, hoặc hướng dẫn sử dụng sản phẩm.
- Ví dụ: Công ty vật liệu xây dựng tặng miễn phí bộ mẫu gạch granite mới nhất cho khách hàng tiềm năng để họ có thể thử nghiệm và trải nghiệm trước khi quyết định mua.

2. Dùng tên tuổi của những người nổi tiếng:

- Hợp tác với các kiến trúc sư, nhà thiết kế nổi tiếng hoặc các chuyên gia trong ngành xây dựng để tăng thêm uy tín và niềm tin từ khách hàng.
- Ví dụ: Công ty vật liệu xây dựng mời một kiến trúc sư nổi tiếng tham gia sự kiện giới thiệu sản phẩm mới và chia sẻ những ý tưởng thiết kế sáng tạo.

3. Thực hiện các cuộc khảo sát online - offline:

- Tiến hành cuộc khảo sát để hiểu rõ nhu cầu, ý kiến và mong muốn của khách hàng về các loại vật liệu xây dựng.
- Ví dụ: Công ty vật liệu xây dựng thực hiện một cuộc khảo sát trực tuyến về loại gạch mà khách hàng ưa thích nhất, từ đó tối ưu hóa chiến lược sản xuất và tiếp thị.

4. Viết sách/ ebook để tự quảng cáo cho mình:

- Xuất bản sách hoặc ebook chuyên ngành về xây dựng, giới thiệu các công nghệ, sản phẩm và giải pháp của công ty.
- Ví dụ: Công ty vật liệu xây dựng viết một cuốn sách điện tử về các phương pháp sử dụng và bảo quản gạch bê tông, giúp nâng cao nhận diện thương hiệu và uy tín của công ty.

5. Quảng cáo trên báo, xe buýt, nhà ga...

- Sử dụng các phương tiện quảng cáo truyền thống như báo chí, áp phích ngoài trời, quảng cáo trên xe buýt, nhà ga, nhà chờ để tiếp cận một lượng lớn khách hàng tiềm năng.
- Ví dụ: Công ty vật liệu xây dựng đặt quảng cáo trên các báo chuyên ngành xây dựng và nhà ga để quảng bá về sản phẩm mới ra mắt.

6. Xây dựng bản tin riêng cho công ty:

- Tạo bản tin điện tử hoặc in ấn chuyên nghiệp chia sẻ những thông tin mới nhất về công ty, sản phẩm và dịch vụ.
- Ví dụ: Công ty vật liệu xây dựng gửi bản tin thường kỳ cho khách hàng tiềm năng với thông tin về các dự án tiêu biểu, chương trình khuyến mãi và tin tức ngành xây dựng.

7. Xây dựng chuỗi Email và hợp tác với công ty liên quan:

- Xây dựng danh sách Email của khách hàng tiềm năng và duy trì liên lạc thường xuyên với họ qua Email marketing.
- Hợp tác với các công ty liên quan để tăng cường hiệu quả tiếp thị đối tượng chung và phát triển đối tác kinh doanh.
- Ví dụ: Công ty vật liệu xây dựng hợp tác với các công ty kiến trúc, thầu xây dựng để cùng nhau xây dựng một chiến lược tiếp thị toàn diện.

8. Xây dựng đội ngũ affiliate trên cả nước:

- Xây dựng đội ngũ cộng tác viên bán hàng trên toàn quốc, họ sẽ giới thiệu và bán sản phẩm của công ty và nhận hoa hồng phần trăm từ mỗi giao dịch thành công.

- Ví dụ: Công ty vật liệu xây dựng phát triển chương trình đại lý và cộng tác viên trên cả nước, giúp tăng tầm vuron và tiếp cận mới trong thị trường.

11. Tổ chức các buổi nói chuyện và giới thiệu sản phẩm miễn phí:

- Tổ chức các buổi chia sẻ kiến thức, diễn đàn hoặc hội thảo miễn phí về các chủ đề liên quan đến xây dựng và vật liệu xây dựng.

- Giới thiệu và trình bày về sản phẩm mới, ưu đãi và giải pháp của công ty tại các sự kiện này.

Ví dụ: Một công ty vật liệu xây dựng tổ chức buổi nói chuyện chuyên đề về công nghệ xây dựng xanh và giới thiệu các sản phẩm tiết kiệm năng lượng của họ.

12. Tham gia trưng bày ở trung tâm mua sắm và các sự kiện mở rộng mối quan hệ:

- Đặt gian hàng trưng bày tại các trung tâm mua sắm, triển lãm, hội chợ và các sự kiện xây dựng để tăng cường nhận diện thương hiệu và tương tác trực tiếp với khách hàng tiềm năng.

Ví dụ: Một công ty cung cấp gạch và thiết bị vật liệu xây dựng tham gia triển lãm xây dựng lớn và trưng bày các sản phẩm mới nhất của họ để thu hút sự quan tâm từ các nhà thầu và nhà đầu tư trong ngành xây dựng.

13. Tạo các video, sự kiện viral:

- Tạo nội dung video hấp dẫn về quá trình xây dựng, cách sử dụng và ưu điểm của các sản phẩm vật liệu xây dựng.

- Lan truyền các sự kiện, chương trình khuyến mãi và thông tin mới nhất về công ty thông qua các video viral trên mạng xã hội và kênh truyền thông sống động.

Ví dụ: Một công ty cung cấp sản phẩm cách âm chống nóng tạo video hướng dẫn lắp đặt đơn giản và đăng tải lên YouTube. Video nhanh chóng trở nên phổ biến, thu hút hàng nghìn lượt xem và giới thiệu thương hiệu đến nhiều khách hàng tiềm năng mới.

14. Tổ chức cuộc thi:

- Tạo ra các cuộc thi sáng tạo, thú vị và có giải thưởng hấp dẫn liên quan đến ngành xây dựng để thu hút sự tham gia của cộng đồng và gây sự chú ý đến công ty.

Ví dụ: Một công ty vật liệu xây dựng tổ chức cuộc thi thiết kế ngôi nhà ấn tượng, những ý tưởng xuất sắc nhận giải thưởng hấp dẫn như miễn phí vật liệu xây dựng hoặc phiếu giảm giá.

15. Tạo các minigame trên các trang mạng xã hội:

- Phát triển các trò chơi nhỏ, dễ tham gia trên các trang mạng xã hội như Facebook, fanpage để tạo sự quan tâm và tương tác với khách hàng.

Ví dụ: Một công ty sản xuất vật liệu xây dựng tạo trò chơi trực tuyến kiểm tra kiến thức về xây dựng và phần thưởng là những phần quà hữu ích cho người thắng cuộc.

16. Gửi thông cáo báo chí:

- Sử dụng các thông cáo báo chí để thông báo về các sự kiện mới, thành tựu hoặc cập nhật về công ty và sản phẩm.

Ví dụ: Một công ty chuyên cung cấp gạch ốp lát gửi thông cáo báo chí khi họ ra mắt dòng sản phẩm gạch chịu lực cao mới.

17. Gửi thư trực tiếp qua bưu điện:

- Sử dụng hình thức truyền thông truyền thống như thư trực tiếp để tiếp cận và tiếp thị đến đối tượng mục tiêu cụ thể.

Ví dụ: Một công ty cung cấp vật liệu xây dựng gửi thư trực tiếp đến các nhà thầu xây dựng để giới thiệu các sản phẩm và dịch vụ mới.

18. Tạo blog hay trang web riêng:

- Xây dựng trang web chuyên nghiệp và blog định kỳ chia sẻ kiến thức và tin tức về xây dựng và vật liệu xây dựng.

Ví dụ: Một công ty sản xuất sơn xây dựng có trang web riêng với blog chia sẻ các hướng dẫn sơn nhà, tư vấn chọn màu sơn và cách bảo quản sản phẩm.

19. Đưa trang web lên top 1 Google:

- Tối ưu hóa trang web với các từ khóa liên quan để tăng cường khả năng xuất hiện trên các công cụ tìm kiếm như Google.

Ví dụ: Một công ty cung cấp thiết bị xây dựng tối ưu hóa trang web của họ với từ khóa "máy xúc mini chất lượng" để xuất hiện trong top kết quả tìm kiếm của Google khi người dùng tìm kiếm sản phẩm này.

20. Trưng bày hàng hóa để thu hút sự chú ý:

- Sắp xếp và trưng bày sản phẩm một cách bắt mắt và hiệu quả tại các showroom, cửa hàng hoặc triển lãm để thu hút sự quan tâm của khách hàng.

Ví dụ: Một cửa hàng vật liệu xây dựng trưng bày đèn trang trí, vật liệu hoàn thiện và các mẫu sơn màu sắc ấn tượng để khách hàng có thể dễ dàng lựa chọn và cảm nhận.

21. Tạo ra hệ thống quảng cáo truyền miệng:

- Xây dựng mạng lưới quan hệ và tạo hệ thống giới thiệu khách hàng từ chính người dùng hiện tại.

Ví dụ: Một công ty cung cấp vật liệu xây dựng tạo chương trình khuyến mãi giới thiệu bạn bè - mỗi khi khách hàng giới thiệu một người bạn mới, cả hai sẽ nhận được ưu đãi đặc biệt.

22. Tiếp thị qua điện thoại:

- Sử dụng các dịch vụ gọi điện thoại hoặc tin nhắn để tiếp cận khách hàng tiềm năng và giới thiệu sản phẩm, chương trình khuyến mãi của công ty.

Ví dụ: Một công ty cung cấp thiết bị xây dựng thuê dịch vụ gọi điện thoại để liên hệ với các khách hàng tiềm năng và cung cấp ưu đãi giảm giá cho việc thuê máy xúc trong tháng này.

23. Đến gõ cửa từng nhà:

- Tiếp cận khách hàng trực tiếp bằng cách đến gõ cửa từng nhà để giới thiệu sản phẩm, dịch vụ và tạo mối quan hệ cá nhân.

Ví dụ: Một công ty sản xuất vật liệu xây dựng tổ chức đội nhân viên tiếp thị đến các nhà dân để giới thiệu sản phẩm sơn nước cao cấp và tặng thử nghiệm miễn phí.

24. Tài trợ những chương trình có thể thu hút thị trường mục tiêu của bạn:

- Đồng hành với các sự kiện hoặc chương trình nổi tiếng, phù hợp với đối tượng mục tiêu của công ty để tăng cường nhận diện thương hiệu và tiếp cận đến khách hàng tiềm năng.

Ví dụ: Một công ty cung cấp gạch granite tài trợ cho cuộc thi thiết kế nội thất dành cho các kiến trúc sư trẻ để thu hút sự quan tâm từ đối tượng mục tiêu của mình.

25. Tặng áo có in thương hiệu của bạn:

- Tạo áo thun, áo khoác hoặc quần áo khác có in thương hiệu của công ty để nhân viên và khách hàng trở thành đại sứ quảng cáo di động.

Ví dụ: Một công ty cung cấp thiết bị xây dựng tặng áo khoác có logo và slogan thương hiệu cho đội nhân viên đi công trình.

26. Quảng cáo qua tin nhắn điện thoại tin nhắn Brandname:

- Sử dụng tin nhắn điện thoại với Brandname để gửi thông báo, cập nhật và chương trình khuyến mãi đến khách hàng tiềm năng.

Ví dụ: Một công ty cung cấp vật liệu xây dựng gửi tin nhắn với Brandname thông báo về chương trình giảm giá đặc biệt cho sản phẩm gạch ốp lát.

27. Tham gia các câu lạc bộ tổ chức và các nhóm cùng sở thích:

- Gia nhập các câu lạc bộ, hội thảo hoặc các nhóm chia sẻ cùng sở thích liên quan đến ngành xây dựng để tạo mối quan hệ và tiếp cận khách hàng tiềm năng.

Ví dụ: Một công ty cung cấp sản phẩm vật liệu cách âm chống nóng tham gia câu lạc bộ xây dựng xanh để kết nối với các kiến trúc sư và nhà thiết kế quan tâm đến công nghệ tiết kiệm năng lượng.

28. Mua hay trao đổi cơ sở dữ liệu khách hàng:

- Mua hoặc trao đổi cơ sở dữ liệu khách hàng với các doanh nghiệp có đối tượng mục

tiêu tương tự để mở rộng danh sách khách hàng tiềm năng.

Ví dụ: Một công ty cung cấp vật liệu xây dựng trao đổi cơ sở dữ liệu khách hàng với một nhà thầu xây dựng để tiếp cận đến các khách hàng của nhà thầu.

29. Tham gia BNI cộng đồng kết nối doanh nhân toàn cầu:

- Gia nhập cộng đồng BNI để kết nối và gặp gỡ doanh nghiệp khác trong ngành và mở rộng mạng lưới kinh doanh.

Ví dụ: Một công ty cung cấp vật liệu xây dựng gia nhập cộng đồng BNI để kết nối với các nhà thầu, chuyên gia xây dựng và kiến trúc sư trong nước và quốc tế.

30. Thông phối với các đối tác có cùng tệp khách hàng:

- Hợp tác với các đối tác trong ngành xây dựng có cùng tệp khách hàng để tiếp cận đến đối tượng mục tiêu mới và tăng cường hiệu quả tiếp thị.

Ví dụ: Một công ty cung cấp thiết bị xây dựng thông phối với một nhà thầu xây dựng để họ cùng nhau đưa ra gói giá trị hấp dẫn cho khách hàng mua hàng lẻ và lắp đặt máy xúc.

31. Tạo các video sự kiện viral:

- Tạo các video sự kiện nổi bật, thu hút sự chú ý và chia sẻ rộng rãi trên mạng xã hội để lan truyền thông điệp và nhận diện thương hiệu.

Ví dụ: Một công ty cung cấp vật liệu xây dựng tạo video quay lại các sự kiện thú vị như công trình xây dựng lớn, triển lãm xây dựng để gửi đến khách hàng và đối tác của họ.

32. Xuất hiện và gây ấn tượng tốt tại các sự kiện liên quan của ngành VLXD:

- Tham gia các sự kiện, hội thảo, triển lãm liên quan đến ngành vật liệu xây dựng và gây ấn tượng tích cực đối với khách hàng và đối tác.

Ví dụ: Một công ty sản xuất vật liệu cách nhiệt tham gia triển lãm xây dựng hàng năm và trưng bày gian hàng hiện đại, thu hút sự quan tâm và thu thập thông tin liên hệ của khách hàng tiềm năng.

CHƯƠNG III: TĂNG TỶ LỆ CHUYỂN ĐỔI KHÁCH HÀNG

25 CHIẾN LƯỢC TĂNG TỶ LỆ CHUYỂN ĐỔI

1. Xác định lợi thế cạnh tranh độc đáo (USP của sản phẩm, của công ty) và giới thiệu với khách hàng:

- Tập trung vào những điểm mạnh và khác biệt của sản phẩm và công ty so với đối thủ để làm nổi bật và thu hút khách hàng.

Ví dụ: Một công ty cung cấp vật liệu xây dựng đặc biệt chú trọng vào tính năng chống nóng và tiết kiệm năng lượng của sản phẩm và quảng bá về USP này đến khách hàng.

2. Cung cấp một chuỗi các sản phẩm dịch vụ đa dạng đáp ứng mọi nhu cầu khẩu vị và sở thích:

- Đảm bảo phạm vi sản phẩm đa dạng, từ những lựa chọn cơ bản đến những sản phẩm cao cấp, phục vụ mọi nhu cầu của khách hàng.

Ví dụ: Một cửa hàng vật liệu xây dựng cung cấp gạch ốp lát với nhiều loại kiểu dáng, màu sắc và chất liệu khác nhau để đáp ứng các sở thích thiết kế của khách hàng.

3. Đưa ra nhiều hình thức thanh toán tiện lợi như thẻ tín dụng, thẻ ATM:

- Cung cấp nhiều lựa chọn thanh toán linh hoạt giúp tiện lợi và thuận tiện cho khách hàng khi mua hàng.

Ví dụ: Một công ty cung cấp vật liệu xây dựng chấp nhận các hình thức thanh toán bằng thẻ tín dụng, thẻ ATM và chuyển khoản để hỗ trợ khách hàng thanh toán dễ dàng.

4. Hợp tác với các công ty cho vay tín chấp giúp khách mua hàng trả góp lãi suất thấp:

- Thiết lập hợp tác với các đối tác tài chính để hỗ trợ khách hàng mua hàng trả góp với lãi suất hấp dẫn.

Ví dụ: Một công ty cung cấp vật liệu xây dựng hợp tác với một công ty tài chính để cung cấp gói vay trả góp với lãi suất ưu đãi cho khách hàng mua thiết bị xây dựng.

5. Có chính sách bảo hành cam kết mạnh tay:

- Đưa ra chính sách bảo hành tốt và cam kết hỗ trợ và sửa chữa sản phẩm một cách nhanh chóng và hiệu quả nếu có lỗi kỹ thuật.

Ví dụ: Một công ty cung cấp thiết bị xây dựng cam kết bảo hành miễn phí trong 2 năm và hỗ trợ sửa chữa nhanh chóng trong vòng 24 giờ nếu có vấn đề kỹ thuật với sản phẩm.

6. Nêu ra những lý do khách cần mua hàng của công ty bạn:

- Đưa ra lý do và lợi ích mà sản phẩm và dịch vụ của công ty mang lại để thúc đẩy khách hàng mua hàng.

Ví dụ: Một công ty cung cấp vật liệu xây dựng nêu rõ lợi ích của sản phẩm gạch granite cao cấp như tính năng chống trơn trượt và dễ vệ sinh để thu hút khách hàng sử dụng cho nơi công cộng.

7. Đầu tư công sức cho những tờ rơi và quảng cáo sao cho chuyên nghiệp thu hút ấn tượng:

- Tạo ra những tờ rơi, banner quảng cáo và các tài liệu truyền thông chất lượng và chuyên nghiệp để tạo ấn tượng tốt đối với khách hàng.

Ví dụ: Một công ty cung cấp vật liệu xây dựng tạo ra tờ rơi trình bày rõ ràng về các sản phẩm chính và lợi ích của chúng với hình ảnh chất lượng và thông tin đầy đủ.

8. Xây dựng quy trình, kịch bản bán hàng, sử lý lời từ chối thành công:

- Đào tạo nhân viên bán hàng về kỹ năng bán hàng chuyên nghiệp, làm việc với các tình huống khó khăn và chuyển đổi lời từ chối thành cơ hội mua hàng.

Ví dụ: Một cửa hàng vật liệu xây dựng huấn luyện nhân viên bán hàng cách tạo sự quan tâm từ khách hàng và làm thế nào để giải quyết các thắc mắc của họ để tăng tỷ lệ mua hàng thành công.

9. Huấn luyện nhân viên bán hàng về sản phẩm, chăm sóc khách hàng và kỹ năng bán hàng chuyên nghiệp và thuần thục:

- Đào tạo nhân viên bán hàng về thông tin sản phẩm, kỹ năng giao tiếp và giải quyết vấn đề để

tăng cường hiệu suất bán hàng.

Ví dụ: Một công ty cung cấp vật liệu xây dựng tổ chức khóa đào tạo hàng tháng cho nhân viên bán hàng về tính năng và ưu điểm của sản phẩm, kỹ năng giải quyết vấn đề và làm việc với khách hàng.

10. Chia nhỏ số lượng đóng gói bao bì đẹp mắt:

- Cung cấp lựa chọn đóng gói nhỏ gọn và hấp dẫn để thu hút khách hàng mua thử sản phẩm.

Ví dụ: Một công ty cung cấp vật liệu xây dựng chia nhỏ số lượng đóng gói mẫu gạch ốp lát để khách hàng có thể dùng thử sản phẩm trước khi quyết định mua số lượng lớn.

11. Quan tâm tới những chi tiết tạo ấn tượng tốt như nhà vệ sinh sạch sẽ, đồng phục trang nhã lịch sự, lời chào, nụ cười dành cho khách hàng:

- Tạo môi trường mua hàng chuyên nghiệp và thoải mái, đảm bảo sự hài lòng và tin tưởng từ khách hàng.

Ví dụ: Một cửa hàng vật liệu xây dựng đầu tư vào việc giữ cho nhà vệ sinh sạch sẽ, nhân viên mặc đồng phục lịch sự và chào đón khách hàng với nụ cười thân thiện để tạo ấn tượng tốt.

12. Huấn luyện viên viên có thái độ niềm nở lịch sự với năng lượng tích cực, lời chào thân thiện với khách hàng:

- Đảm bảo nhân viên bán hàng giao tiếp lịch sự và niềm nở, đưa ra lời chào thân thiện và mang lại cảm giác thoải mái cho khách hàng.

Ví dụ: Một cửa hàng vật liệu xây dựng có đội ngũ nhân viên bán hàng được huấn luyện về kỹ năng giao tiếp tích cực và lời chào niềm nở để tạo cảm giác chào đón cho khách hàng.

13. In sơ đồ so sánh sản phẩm của bạn với những sản phẩm của đối thủ:

- Đưa ra so sánh về tính năng, chất lượng và giá cả của sản phẩm của công ty với đối thủ để làm nổi bật sự ưu việt của mình.

Ví dụ: Một công ty cung cấp vật liệu xây dựng in sơ đồ so sánh về hiệu suất và giá cả của gạch ốp lát của họ so với các đối thủ trên trang web của mình.

14. Sử dụng video giới thiệu sản phẩm:

- Tạo video giới thiệu sản phẩm chuyên nghiệp và hấp dẫn để trình bày tính năng và ưu điểm của sản phẩm.

Ví dụ: Một công ty cung cấp vật liệu xây dựng có video giới thiệu sản phẩm gạch granit cao cấp với hình ảnh chất lượng và thông tin đầy đủ trên trang web và mạng xã hội của họ.

15. Sử dụng hình ảnh và video trước và sau khi sử dụng sản phẩm:

- Hiện thị hình ảnh và video thực tế về công trình đã sử dụng sản phẩm của công ty để chứng minh tính hiệu quả và chất lượng của sản phẩm.

Ví dụ: Một công ty cung cấp vật liệu xây dựng có album hình ảnh trước và sau khi sử dụng gạch ốp lát của họ trên trang web để minh họa tác động tích cực của sản phẩm.

16. Nhắc tên người giới thiệu:

- Thể hiện sự cảm kích và trân trọng đối với khách hàng đã giới thiệu cho công ty và tạo mối quan hệ lâu dài.

Ví dụ: Một công ty cung cấp vật liệu xây dựng gửi thư cảm ơn và ưu đãi đặc biệt đến khách hàng đã giới thiệu bạn bè và người thân đến mua hàng.

17. Chủ động lấy ý kiến của những người không mua hàng để điều chỉnh sản phẩm hay phương thức bán hàng:

- Ghi nhận ý kiến phản hồi của khách hàng không mua hàng để cải thiện sản phẩm và dịch vụ của công ty.

Ví dụ: Một công ty cung cấp vật liệu xây dựng thường xuyên tiến hành khảo sát ý kiến khách hàng để hiểu về nhu cầu và sở thích của họ và điều chỉnh danh mục sản phẩm và chiến lược bán hàng.

18. Cung cấp nước uống bánh ngọt miễn phí:

- Tạo sự thoải mái và thân thiện cho khách hàng bằng cách cung cấp nước uống và bánh ngọt miễn phí khi mua hàng.

Ví dụ: Một cửa hàng vật liệu xây dựng có khu vực tiếp khách với nước uống và bánh ngọt miễn phí để khách hàng cảm thấy thoải mái khi mua hàng.

19. Nhanh chóng liên hệ với khách hàng ngay sau khi bán hàng:

- Xác nhận và kiểm tra lại thông tin đơn hàng và giao hàng ngay sau khi khách hàng mua hàng để đảm bảo sự hài lòng và tránh sai sót.

Ví dụ: Một công ty cung cấp vật liệu xây dựng có quy trình liên hệ khách hàng trong vòng 24 giờ sau khi nhận đơn hàng để xác nhận thông tin và thông báo về thời gian giao hàng.

20. Đưa ra nhiều lời khuyên bổ ích miễn phí cho khách hàng, là chuyên gia trong lĩnh vực của mình:

- Cung cấp thông tin hữu ích và kiến thức chuyên môn để giúp khách hàng hiểu rõ hơn về sản phẩm và sử dụng chúng một cách hiệu quả.

Ví dụ: Một công ty cung cấp vật liệu xây dựng có blog chia sẻ các lời khuyên về lựa chọn vật liệu xây dựng phù hợp với từng công trình và thông tin về tiêu chuẩn và quy định xây dựng mới nhất.

21. Tặng hàng mẫu hoặc cho dùng thử:

- Cung cấp hàng mẫu hoặc cho phép khách hàng dùng thử sản phẩm trước khi mua hàng để tạo lòng tin và đánh giá sản phẩm.

Ví dụ: Một công ty cung cấp vật liệu xây dựng có chương trình dùng thử miễn phí cho các sản phẩm phủ bóng nhằm giúp khách hàng đánh giá chất lượng và hiệu quả của sản phẩm.

22. Cam kết hoàn lại tiền nếu không hài lòng với sản phẩm dịch vụ:

- Tạo lòng tin và an tâm cho khách hàng khi mua hàng bằng cam kết hoàn lại tiền trong trường hợp họ không hài lòng với sản phẩm hoặc dịch vụ.

Ví dụ: Một công ty cung cấp vật liệu xây dựng cam kết hoàn lại tiền 100% cho khách hàng nếu không hài lòng với chất lượng hoặc tính năng của sản phẩm.

23. Bán hàng dựa trên giá trị sống của khách hàng:

- Hiểu và thấu hiểu nhu cầu và giá trị sống của khách hàng để tùy chỉnh cách tiếp cận và giải thích giá trị của sản phẩm.

Ví dụ: Một công ty cung cấp vật liệu xây dựng hiểu rõ về nhu cầu xây dựng nhà ở cho các gia đình trẻ và tập trung vào tính tiện ích và an toàn của sản phẩm trong chiến lược bán hàng.

24. Huấn luyện nhân viên bán lợi ích của sản phẩm thay vì bán tính năng:

- Hướng dẫn nhân viên bán hàng tập trung vào lợi ích và giá trị mà sản phẩm mang lại cho khách hàng thay vì tập trung vào tính năng kỹ thuật của sản phẩm.

Ví dụ: Một công ty cung cấp vật liệu xây dựng đào tạo nhân viên bán hàng nhấn mạnh vào lợi ích của gạch ốp lát cao cấp như tính bền vững và thiết kế đẹp mắt hơn là chỉ nêu ra thông số kỹ thuật của gạch.

25. Cung cấp các dịch vụ giao nhận hàng, chuyển phát nhanh:

- Tạo tiện ích cho khách hàng bằng cách cung cấp dịch vụ giao hàng nhanh chóng và đảm bảo sản phẩm được giao đến tận nơi một cách an toàn.

Ví dụ: Một công ty cung cấp vật liệu xây dựng có dịch vụ giao hàng nhanh chóng và đội ngũ giao hàng chuyên nghiệp để đảm bảo sản phẩm được giao đến địa điểm yêu cầu trong thời gian ngắn.

CHƯƠNG IV: TĂNG SỐ LƯỢNG MUA TRUNG BÌNH CỦA MỘT KHÁCH HÀNG

20 CHIẾN LƯỢC TĂNG SỐ LƯỢNG MUA TRUNG BÌNH (3)

1. Tập trung vào nhóm khách hàng có khả năng chi trả cao:

- Xác định và định danh nhóm khách hàng có thu nhập cao, quan tâm đến chất lượng và chấp nhận giá cao hơn để tập trung phục vụ nhóm này.

Ví dụ: Một công ty cung cấp vật liệu xây dựng nhắm đến các chủ nhà cao cấp, dự án xây dựng lớn, và các công ty xây dựng uy tín để tăng tổng giá trị đơn hàng.

2. Đóng gói nhiều sản phẩm với nhau:

- Tạo các gói sản phẩm phù hợp với nhau để khuyến khích khách hàng mua nhiều sản phẩm trong cùng một đơn hàng.

Ví dụ: Một công ty cung cấp vật liệu xây dựng có gói combo gồm gạch ốp lát, sơn nước và thiết bị vệ sinh để khách hàng tiện lợi mua đủ mọi thứ trong một lần.

3. Lên danh sách các sản phẩm cần mua (checklist):

- Hướng dẫn và hỗ trợ khách hàng lựa chọn đầy đủ các sản phẩm cần mua trong danh sách được xây dựng sẵn.

Ví dụ: Một cửa hàng vật liệu xây dựng cung cấp danh sách check list vật liệu cần thiết cho việc xây dựng nhà từ móng đến nội thất để khách hàng dễ dàng lựa chọn.

4. Đặt ra chỉ tiêu về số tiền mua trung bình trên mỗi đầu khách cho nhân viên bán hàng:

- Khuyến khích và thúc đẩy nhân viên bán hàng tăng tổng giá trị đơn hàng bằng cách đặt ra chỉ tiêu về số tiền mua trung bình từ mỗi khách hàng.

Ví dụ: Một công ty cung cấp vật liệu xây dựng đề ra mục tiêu mỗi nhân viên bán hàng cần đạt số tiền mua trung bình từ mỗi đầu khách là 2 triệu đồng.

5. Làm tốt công tác tư vấn và giới thiệu combo sản phẩm:

- Nhân viên bán hàng cần có kiến thức chuyên môn về sản phẩm để tư vấn khách hàng mua các combo sản phẩm phù hợp và tăng giá trị đơn hàng.

Ví dụ: Một cửa hàng vật liệu xây dựng có nhân viên bán hàng được đào tạo về các sản phẩm kết hợp như sơn nước phù hợp với gạch ốp lát và vật liệu xây dựng khác để tạo ra combo giá trị cho khách hàng.

6. Khuyến mãi (mua 1 tặng 1...):

- Áp dụng các chương trình khuyến mãi hấp dẫn để kích thích mua hàng và tăng số lượng mua trung bình của khách hàng.

Ví dụ: Một công ty cung cấp vật liệu xây dựng có chương trình khuyến mãi "Mua 3 tấm kính cách nhiệt tặng 1 tấm" để khách hàng thấy hấp dẫn khi mua số lượng lớn sản phẩm.

7. Bán hàng dựa trên giá trị chứ không phải giá cả:

- Tập trung vào giới thiệu giá trị và lợi ích của sản phẩm để thuyết phục khách hàng mua hàng thay vì tập trung vào giá cả.

Ví dụ: Một công ty cung cấp vật liệu xây dựng tập trung giới thiệu đặc tính chống thấm, độ bền và thiết kế đẹp của gạch ốp lát cao cấp hơn là chỉ nhấn mạnh giá cả.

8. Tạo ra những gói hàng giá trị cao:

- Cung cấp các gói sản phẩm với giá trị cao hơn so với việc mua lẻ để khách hàng cảm thấy được hưởng lợi nhiều hơn khi mua gói hàng.

Ví dụ: Một công ty cung cấp vật liệu xây dựng có gói sản phẩm xây dựng nhà trọn gói với giá trị tiết kiệm và dịch vụ tư vấn chuyên nghiệp.

9. Giới thiệu khách hàng toàn bộ sản phẩm dịch vụ của bạn:

- Đảm bảo khách hàng biết về tất cả các sản phẩm và dịch vụ mà công ty cung cấp để khách hàng có cơ hội mua nhiều sản phẩm hơn.

Ví dụ: Một công ty cung cấp vật liệu xây dựng có bộ catalogue sản phẩm đầy đủ và trang web giới thiệu toàn bộ danh mục sản phẩm để khách hàng có thể dễ dàng tìm hiểu và mua hàng.

10. Bán các sản phẩm dịch vụ kèm theo:

- Khi khách hàng mua một sản phẩm, đề xuất các sản phẩm dịch vụ kèm theo hoặc phụ kiện để tăng giá trị đơn hàng.

Ví dụ: Một cửa hàng vật liệu xây dựng đề xuất khách hàng mua kèm theo các sản phẩm bảo vệ, keo dán và phụ kiện xây dựng khi mua gạch ốp lát.

11. Cung cấp dịch vụ giao hàng tận nhà:

- Đáp ứng nhu cầu của khách hàng bằng cách cung cấp dịch vụ giao hàng tận nơi để tăng sự tiện lợi và thuận tiện khi mua hàng.

Ví dụ: Một công ty cung cấp vật liệu xây dựng có dịch vụ giao hàng tận nơi và lắp đặt trực tiếp sản phẩm tại công trình để khách hàng không phải mất công vận chuyển và lắp đặt.

12. Mở nhạc cổ điển:

- Tạo môi trường mua hàng dễ chịu và thoải mái bằng cách phát nhạc cổ điển, tạo không gian mua sắm lịch sự và sang trọng.

Ví dụ: Một cửa hàng vật liệu xây dựng có bài hát cổ điển nhẹ nhàng phát suốt trong cửa hàng để tạo cảm giác thư giãn khi khách hàng mua hàng.

13. Tập trung chăm sóc và phục vụ sau bán hàng:

- Dành sự quan tâm và chăm sóc đặc biệt cho khách hàng sau khi mua hàng để tạo lòng tin và khuyến khích mua hàng lần sau.

Ví dụ: Một công ty cung cấp vật liệu xây dựng có dịch vụ chăm sóc khách hàng sau bán hàng để kiểm tra sự hài lòng và giải đáp thắc mắc sau khi khách hàng sử dụng sản phẩm.

14. Đưa ra mức giá chênh lệch cao khi mua số lượng nhiều:

- Khuyến khích khách hàng mua số lượng lớn bằng cách đưa ra mức giá chênh lệch cao giữa giá bán lẻ và giá bán số lượng.

Ví dụ: Một công ty cung cấp vật liệu xây dựng có chênh lệch giá ưu đãi cao hơn khi khách hàng mua số lượng lớn sản phẩm.

15. Chấp nhận mọi hình thức thanh toán như thẻ tín dụng, thẻ ATM:

- Đáp ứng nhu cầu thanh toán đa dạng của khách hàng bằng cách chấp nhận nhiều hình thức thanh toán khác nhau.

Ví dụ: Một cửa hàng vật liệu xây dựng chấp nhận thanh toán bằng thẻ tín dụng, thẻ ATM, chuyển khoản và tiền mặt để tạo thuận tiện cho khách hàng.

16. Tặng quà hoặc giảm giá khi mua trên mức nào đó:

- Khích lệ khách hàng mua hàng vượt qua mức đặt ra bằng cách tặng quà hoặc giảm giá sản phẩm.

Ví dụ: Một công ty cung cấp vật liệu xây dựng tặng quà tặng hoặc giảm giá sản phẩm khi khách hàng mua trên mức 10 triệu đồng.

17. Tăng giá sản phẩm tối ưu dịch vụ khách hàng:

- Nâng cao chất lượng sản phẩm và dịch vụ để khách hàng sẵn lòng mua hàng với giá cao hơn.

Ví dụ: Một công ty cung cấp vật liệu xây dựng cải tiến chất lượng gạch ốp lát và dịch vụ tư vấn kỹ thuật để tăng giá trị đơn hàng.

18. Giới thiệu sản phẩm liên quan:

- Đưa ra gợi ý về các sản phẩm liên quan hoặc phụ kiện cần thiết khi khách hàng mua sản phẩm chính.

Ví dụ: Một cửa hàng vật liệu xây dựng giới thiệu các phụ kiện và công cụ xây dựng cần thiết khi khách hàng mua các vật liệu xây dựng.

19. Bán chéo sản phẩm dịch vụ:

- Tận dụng cơ hội bán thêm sản phẩm hoặc dịch vụ khác khi khách hàng mua sản phẩm chính.

Ví dụ: Một công ty cung cấp vật liệu xây dựng giới thiệu các dịch vụ lắp đặt hoặc xây dựng trọn gói khi khách hàng mua các vật liệu xây dựng.

20. Ngỏ lời hỏi khách hàng xem họ có muốn mua thêm không:

- Hỏi khách hàng trực tiếp về nhu cầu và mong muốn mua hàng để tạo cơ hội bán thêm.

Ví dụ: Một công ty cung cấp vật liệu xây dựng hỏi khách hàng trước khi thanh toán xem họ có muốn mua thêm các sản phẩm hoặc dịch vụ khác không.

CHƯƠNG V: TĂNG SỐ LẦN MUA LẬP LẠI

14 CHIẾN LƯỢC TĂNG SỐ LẦN MUA LẬP LẠI TRUNG BÌNH (4)

1. Tặng voucher phiếu giảm giá thẻ tích điểm cho lần mua sau:

- Hướng dẫn: Cung cấp cho khách hàng phiếu giảm giá hoặc voucher khi họ mua hàng, sẽ khuyến khích họ quay lại và mua hàng lần tiếp theo để tận dụng ưu đãi.

- Ví dụ: Khách hàng mua gạch ốp lát sẽ nhận được voucher giảm giá 10% cho lần mua tiếp theo.

2. Bán trước sản phẩm theo gói thuê bao tháng, năm...

- Hướng dẫn: Cung cấp các gói mua hàng trọn gói hoặc thuê bao hàng tháng, năm, để khách hàng dễ dàng mua lại sản phẩm của bạn một cách định kỳ.

- Ví dụ: Cung cấp gói mua hàng trọn gói cho các vật liệu xây dựng cần thiết để hoàn thành công trình trong vòng 6 tháng với giá ưu đãi.

3. Xây dựng mối quan hệ thân thiết với khách hàng:

- Hướng dẫn: Tạo môi trường thân thiện và tận tâm trong việc phục vụ khách hàng, tạo sự kết nối và tin tưởng, giúp khách hàng cảm thấy thoải mái khi mua hàng.

- Ví dụ: Gặp gỡ khách hàng trực tiếp tại cửa hàng, lắng nghe và tư vấn kỹ càng về sản phẩm phù hợp với nhu cầu của họ.

4. Giữ liên hệ với khách hàng thường xuyên qua điện thoại hoặc email:

- Hướng dẫn: Duy trì liên lạc với khách hàng sau khi họ mua hàng bằng cách gửi email thông tin, cập nhật về sản phẩm và chương trình khuyến mại mới.

- Ví dụ: Gửi email khách hàng một lần mỗi tháng để thông báo về những sản phẩm mới, những dự án hoàn thành, hay những chương trình ưu đãi hấp dẫn.

5. Báo cho khách hàng biết những sản phẩm dịch vụ chương trình khuyến mại mới:

- Hướng dẫn: Thông báo cho khách hàng về các chương trình khuyến mại mới và sản phẩm, dịch vụ mới để thu hút sự quan tâm và tạo hứng thú mua hàng lại.

- Ví dụ: Gửi thông tin về chương trình giảm giá 20% cho gạch ốp lát mới ra mắt.

6. Tổ chức ngày mua sắm dành riêng cho thành viên:

- Hướng dẫn: Tạo các sự kiện mua sắm đặc biệt dành riêng cho các khách hàng trung thành để họ được hưởng những ưu đãi độc quyền.

- Ví dụ: Tổ chức ngày hội mua sắm riêng cho các thành viên của câu lạc bộ với giá ưu đãi và quà tặng đặc biệt.

7. Giới thiệu với khách hàng toàn bộ sản phẩm dịch vụ của bạn:

- Hướng dẫn: Đảm bảo khách hàng biết về toàn bộ danh mục sản phẩm và dịch vụ mà bạn cung cấp để họ có thêm lựa chọn khi mua hàng lần tiếp theo.

- Ví dụ: Cung cấp danh mục đầy đủ các vật liệu xây dựng, dịch vụ lắp đặt và tư vấn thi công cho công trình.

8. Luôn làm mới sản phẩm của mình:

- Hướng dẫn: Điều chỉnh và cải tiến sản phẩm định kỳ để đáp ứng nhu cầu thị trường và thị hiếu của khách hàng.

- Ví dụ: Cập nhật mẫu gạch ốp lát mới với các kiểu dáng và màu sắc phù hợp với xu hướng hiện tại.

9. Gửi thông tin khách hàng thường xuyên:

- Hướng dẫn: Duy trì việc gửi thông tin định kỳ đến khách hàng qua email hoặc tin nhắn để giữ cho họ luôn cập nhật về sản phẩm và chương trình khuyến mại.

- Ví dụ: Gửi thông báo giảm giá sản phẩm đặc biệt cho khách hàng đã từng mua gạch ốp lát trong quý trước.

10. Làm thẻ thành viên câu lạc bộ cho khách hàng cao cấp:

- Hướng dẫn: Tạo chương trình thành viên độc quyền cho các khách hàng thường xuyên mua hàng, giúp họ nhận được nhiều ưu đãi hơn so với khách hàng thông thường.

- Ví dụ: Thiết lập thẻ thành viên VIP cho các khách hàng mua hàng trên 50 triệu đồng với ưu đãi giảm giá 5% cho mỗi lần mua tiếp theo.

11. Mời khách hàng đăng ký lần hẹn tiếp theo Họ vừa mua xong:

- Hướng dẫn: Đề nghị khách hàng đăng ký sắp xếp lịch trình mua hàng tiếp theo để họ không quên và dễ dàng lựa chọn sản phẩm.

- Ví dụ: Nhân viên bán hàng hỏi khách hàng có muốn đăng ký sắp xếp việc giao hàng lần tiếp theo khi họ vừa mua xong vật liệu xây dựng.

12. Bảo đảm chất lượng:

- Hướng dẫn: Đảm bảo sản phẩm và dịch vụ của bạn luôn đáp ứng chất lượng tốt nhất để khách hàng tin tưởng và quay lại mua hàng.

- Ví dụ: Cam kết sử dụng gạch ốp lát đạt chuẩn chất lượng quốc tế với chính sách đổi trả nếu khách hàng không hài lòng về chất lượng sản phẩm.

13. Lưu giữ thông tin cá nhân của khách hàng:

- Hướng dẫn: Thu thập thông tin cá nhân của khách hàng để giữ liên lạc và hiểu rõ hơn về nhu cầu của họ, từ đó tư vấn và phục vụ tốt hơn.

- Ví dụ: Yêu cầu khách hàng điền thông tin cá nhân vào phiếu mua hàng để có thể nhận được những thông báo và ưu đãi đặc biệt.

14. Thiết lập hệ thống đặt hàng tự động cho khách hàng hiện hữu:

- Hướng dẫn: Tạo hệ thống đặt hàng tự động giúp đơn giản hóa việc mua hàng cho khách hàng trung thành, đồng thời giữ cho họ mua hàng lặp lại dễ dàng.

- Ví dụ: Thiết lập hệ thống đặt hàng tự động qua điện thoại di động hoặc website cho khách hàng đã từng mua gạch ốp lát, giúp họ dễ dàng đặt hàng khi cần mua thêm.

CHƯƠNG VI: TĂNG DOANH THU VÀ TỐI ƯU HÓA LỢI NHUẬN**17 CHIẾN LƯỢC TĂNG TỈ LỆ LỢI NHUẬN****1. Kiểm soát bảng báo cáo lãi lỗ mỗi tháng để cắt giảm đi những chi phí không cần thiết:**

- Hướng dẫn: Theo dõi và đánh giá bảng báo cáo lãi lỗ hàng tháng để xác định những chi phí không cần thiết và áp dụng biện pháp cắt giảm.

- Ví dụ: Doanh nghiệp xây dựng phát hiện một khoản chi phí không cần thiết cho quảng cáo trực tuyến không hiệu quả, sau đó cắt giảm và chuyển sang kênh quảng cáo truyền miệng.

2. Chia nhỏ sản phẩm và tìm nhiều nhà cung cấp hàng thay vì chỉ tập trung vào 1 nhà cung cấp:

- Hướng dẫn: Tìm các nhà cung cấp cung cấp các sản phẩm cụ thể để đáp ứng nhu cầu đa dạng của khách hàng và đảm bảo cạnh tranh giá.

- Ví dụ: Cửa hàng vật liệu xây dựng chia nhỏ các mặt hàng như gạch, xi măng và sơn từ nhiều nhà cung cấp khác nhau để đáp ứng nhu cầu và yêu cầu của từng dự án xây dựng.

3. Bán các sản phẩm dịch vụ cao cấp với phân khúc khách hàng thu nhập trung và cao, dùng phần thưởng để khuyến khích đội ngũ bán hàng bán sản phẩm này:

- Hướng dẫn: Tạo các sản phẩm và dịch vụ có giá trị cao hơn để thu hút khách hàng thu nhập cao và tăng lợi nhuận. Hỗ trợ đội ngũ bán hàng bán các sản phẩm này bằng cách đưa ra phần thưởng và khuyến khích.

- Ví dụ: Công ty xây dựng cung cấp gạch đá tự nhiên cao cấp cho các dự án xây dựng chất lượng cao và tặng thưởng cho đội ngũ bán hàng đạt được doanh số bán hàng cao với sản phẩm này.

4. Thêm tính năng và giá trị vào sản phẩm dịch vụ liên quan của bạn và khám phá lên ít nhất 10%:

- Hướng dẫn: Nâng cấp hoặc bổ sung tính năng cho sản phẩm và dịch vụ của bạn để tạo ra giá trị cao hơn cho khách hàng và tăng giá bán ít nhất 10%.

- Ví dụ: Nhà cung cấp vật liệu xây dựng cải tiến gạch ốp lát với công nghệ chống thấm nước và gia công màu sắc đặc biệt, giúp tăng giá trị sản phẩm và bán với giá cao hơn so với gạch thông thường.

5. Mua hàng từ nhà cung cấp với số lượng lớn như vậy chi phí cho từng đơn vị giá rẻ:

- Hướng dẫn: Thương thảo với nhà cung cấp để mua hàng với số lượng lớn, từ đó nhận được giá ưu đãi và giảm chi phí cho từng đơn vị.

- Ví dụ: Công ty xây dựng mua gạch ốp lát trong số lượng lớn từ nhà cung cấp để nhận được giá ưu đãi, giúp giảm chi phí cho từng mét vuông ốp lát.

6. Không giảm giá thay vào đó chú trọng vào dịch vụ và giá trị để thuyết phục khách hàng mua hàng:

- Hướng dẫn: Tập trung vào việc cung cấp dịch vụ chất lượng và giá trị cao để thúc đẩy khách hàng mua hàng mà không cần phải giảm giá.

- Ví dụ: Cửa hàng vật liệu xây dựng không giảm giá cho gạch ốp lát, thay vào đó, đảm bảo đội ngũ bán hàng tư vấn và giới thiệu đầy đủ thông tin về tính năng và chất lượng sản phẩm để khách hàng nhận thấy giá trị cao của sản phẩm.

7. Giảm chi phí mua khách hàng mới bằng cách tập trung vào quảng cáo truyền miệng khuyến khích khách hàng hiện hữu giới thiệu bạn bè để nhận quà tặng:

- Hướng dẫn: Tập trung vào việc giữ chân khách hàng hiện hữu và khuyến khích họ giới thiệu bạn bè và người thân đến mua hàng, từ đó giảm chi phí quảng cáo khách hàng mới.

- Ví dụ: Công ty xây dựng thiết lập chương trình khuyến khích khách hàng hiện hữu giới thiệu bạn bè đến cửa hàng và nhận quà tặng hoặc ưu đãi đặc biệt cho mỗi đơn hàng được giới thiệu thành công.

8. Đo lường tính hiệu quả của các chiến dịch quảng cáo và khuyến mãi, ngưng ngay những chương trình tiếp thị kém hiệu quả trong việc thu hút khách:

- Hướng dẫn: Sử dụng các phương pháp đo lường hiệu quả quảng cáo và khuyến mãi để tập trung nguồn lực vào những chiến dịch mang lại hiệu quả cao và ngưng ngay những chương trình không hiệu quả.

- Ví dụ: Cửa hàng vật liệu xây dựng theo dõi số lượng khách hàng mới từ các chiến dịch quảng cáo khác nhau và ngưng ngay chương trình không đạt được hiệu quả tốt.

9. Giảm thuế một cách hợp pháp:

- Hướng dẫn: Tìm hiểu về các khoản giảm thuế hợp pháp và áp dụng chúng cho doanh nghiệp của bạn để giảm chi phí hoạt động và tăng tỉ lệ lợi nhuận.

- Ví dụ: Công ty xây dựng tìm hiểu và áp dụng các chính sách thuế hợp pháp như giảm thuế VAT cho sản phẩm xây dựng nhằm giảm chi phí và tăng lợi nhuận.

10. Đầu tư và công nghệ để tăng tính hiệu quả và giảm chi phí:

- Hướng dẫn: Đầu tư vào công nghệ và quy trình hiện đại để tối ưu hóa hoạt động và giảm thiểu chi phí.

- Ví dụ: Công ty xây dựng sử dụng hệ thống quản lý kho hàng tự động giúp tối ưu hóa quản lý hàng tồn kho và giảm thiểu lãng phí và thất thoát.

11. Tạo các sản phẩm, dịch vụ cao cấp hơn:

- Hướng dẫn: Đầu tư vào nghiên cứu và phát triển để cải tiến và tạo ra các sản phẩm và dịch vụ có giá trị cao hơn, từ đó thu hút khách hàng thanh toán giá cao.

- Ví dụ: Công ty xây dựng phát triển dòng gạch ốp lát công nghệ cao với khả năng chống trơn trượt và chống thấm nước cho các công trình cao cấp, thu hút đối tượng khách hàng có nhu cầu cao cấp.

12. Tự động hóa càng nhiều càng tốt:

Tự động hóa các quy trình và hoạt động trong doanh nghiệp để tăng hiệu suất làm việc và giảm sự tốn kém.

- Ví dụ: Công ty xây dựng sử dụng phần mềm quản lý tự động để thực hiện các quy trình lập kế hoạch, quản lý dự án và chăm sóc khách hàng, giúp tiết kiệm thời gian và tối ưu hóa hoạt động.

13. Cắt giảm nhân viên không làm việc hiệu quả, các bộ phận không cần thiết trong doanh nghiệp:

- Hướng dẫn: Xem xét và đánh giá hiệu suất làm việc của nhân viên và loại bỏ những người không đóng

góp hiệu quả cho doanh nghiệp. Loại bỏ những bộ phận không cần thiết hoặc thay đổi cách tổ chức để giảm thiểu chi phí.

- Ví dụ: Công ty xây dựng loại bỏ bộ phận quản lý dự án không hiệu quả và chuyển công việc này sang một đội ngũ nhỏ và hiệu quả hơn, giúp giảm chi phí và tăng lợi nhuận.

14. Tập trung vào các sản phẩm mang lại lợi nhuận cao:

- Hướng dẫn: Xem xét doanh thu và lợi nhuận từ các sản phẩm và dịch vụ và tập trung vào các sản phẩm có lợi nhuận cao để tăng doanh thu và lợi nhuận tổng thể.

- Ví dụ: Cửa hàng vật liệu xây dựng tập trung quảng bá và tăng cường dòng gạch ốp lát cao cấp có lợi nhuận cao nhằm tăng doanh thu và lợi nhuận.

15. Áp dụng chiến lược thuê ngoài thay vì tự sản xuất:

Chiến lược này đề cập đến việc sử dụng các dịch vụ, sản phẩm hoặc công nghệ từ các nhà cung cấp hoặc đối tác bên ngoài thay vì tự sản xuất hoặc phát triển từ đầu. Việc áp dụng chiến lược thuê ngoài có thể giúp giảm chi phí đầu tư ban đầu, tiết kiệm thời gian và tập trung nguồn lực vào lĩnh vực chủ chốt.

Ví dụ, một doanh nghiệp vật liệu xây dựng có thể hợp tác với nhà cung cấp chuyên nghiệp để sản xuất các sản phẩm gia công hoặc các mảng sản phẩm mới mà họ chưa có năng lực sản xuất trong nhà. Điều này giúp họ nhanh chóng mở rộng dòng sản phẩm mà không phải đầu tư vào cơ sở hạ tầng và thiết bị mới.

16. Bán nhiều sản phẩm trên cùng 1 tệp khách hàng:

Chiến lược này nhấn mạnh vào việc phát triển một danh mục sản phẩm đa dạng và phù hợp với nhu cầu của tệp khách hàng hiện có. Thay vì chỉ tập trung vào việc bán một sản phẩm duy nhất cho từng khách hàng, chúng ta nên xem xét cách bán nhiều sản phẩm khác nhau trên cùng một tệp khách hàng.

Ví dụ, doanh nghiệp vật liệu xây dựng có thể cung cấp đồng thời các loại gạch, xi măng, sơn, và vật liệu xây dựng khác cho các nhà thầu xây dựng hoặc chủ nhà đang xây dựng. Bằng cách mở rộng danh mục sản phẩm, doanh nghiệp có thể tăng doanh thu từ mỗi khách hàng và củng cố mối quan hệ khách hàng.

17. Bán trước sản phẩm dịch vụ cho khách hàng:

Chiến lược cuối cùng là giới thiệu, quảng bá và bán trước các sản phẩm hoặc dịch vụ sắp ra mắt cho khách hàng hiện tại hoặc tiềm năng. Điều này tạo ra sự hứng thú và sự kỳ vọng từ phía khách hàng trước khi sản phẩm hoặc dịch vụ thực sự được đưa ra thị trường.

Ví dụ, doanh nghiệp vật liệu xây dựng có thể thông báo về việc phát triển một dòng sản phẩm mới với công nghệ tiên tiến hoặc tính năng độc đáo cho khách hàng hiện có. Bằng cách tạo sự hứng thú và cam kết trước, doanh nghiệp có thể thu thập thông tin từ khách hàng về nhu cầu và yêu cầu cụ thể, từ đó điều chỉnh sản phẩm và dịch vụ sao cho phù hợp với mong đợi của khách hàng.

Kết Luận

Cuốn sách "Tuyệt Chiêu Đột Phá Doanh Số cho Ngành Vật Liệu Xây Dựng" đã đến hồi kết, và tôi muốn bày tỏ lòng biết ơn sâu sắc tới các bạn đã dành thời gian đọc những chia sẻ và kiến thức của tôi trong cuốn sách này. Hy vọng rằng từng trang sách đã giúp các bạn hiểu rõ hơn về các chiến lược và phương pháp tối ưu hóa doanh số trong ngành vật liệu xây dựng.

Qua cuốn sách này, tôi hy vọng rằng các bạn đã nhận ra sự quan trọng của việc tập trung vào khách hàng, xây dựng mối quan hệ chắc chắn và tạo ra giá trị thực sự cho họ. Những chiến lược từ việc tăng số lượng khách hàng, tăng tỷ lệ chuyển đổi, tăng số lượng mua trung bình, đến tăng số lần mua lặp lại và tối ưu hóa lợi nhuận - đều đóng góp vào việc xây dựng một doanh nghiệp thành công và bền vững.

Đặc biệt, tôi muốn bày tỏ lòng cảm ơn đến người chồng yêu thương, anh Tommy Lee, cùng hai đứa con gái tuyệt vời là Lisa và Louis, đã luôn là nguồn động lực và niềm hạnh phúc trong cuộc sống của tôi. Cảm ơn vì những lúc khó khăn và vui mừng, chúng ta luôn bên nhau và cùng nhau vượt qua mọi thử thách.

Cũng không thể quên nhắc đến sự đóng góp và tận tâm của toàn thể cán bộ công nhân viên tại Nhà máy Gỗ Nhựa Việt Ý. Họ đã là những người bạn đồng hành không thể thiếu trong hành trình chinh phục những thành công mới. Tôi tự hào về đội ngũ chúng ta, và tôi biết rằng chúng ta cùng nhau có thể vươn xa hơn nữa trong tương lai.

Cuối cùng, hãy nhớ rằng cuốn sách này chỉ là một phần trong hành trình chinh phục thành công. Điều quan trọng là áp dụng và thực hành những kiến thức đã học, kiên trì vượt qua khó khăn và không ngừng tìm kiếm những cơ hội mới.

Mong rằng, cuốn sách "108 Tuyệt Chiêu Đột Phá Doanh Số cho Ngành Vật Liệu Xây Dựng" sẽ luôn là nguồn cảm hứng và hướng dẫn giúp các bạn chinh phục những đỉnh cao mới trong lĩnh vực kinh doanh vật liệu xây dựng. Chúng ta đã và sẽ tiếp tục đi cùng nhau, xây dựng những thành công to lớn và bền vững.

Cảm ơn và chúc các bạn thành công!

Trân trọng,

Nguyễn Khánh Hoài

Giám đốc Nhà máy Gỗ Nhựa Việt Ý