

***BỒI DƯỠNG KIẾN THỨC VÀ KỸ NĂNG  
BÁN HÀNG CHO GIÁM SÁT BÁN HÀNG  
NGÀNH SỞ N***

**CÔNG TY CỔ PHẦN ĐẦU TƯ THƯƠNG MẠI SAKAKI VIỆT NAM**

Trụ sở chính: Số 26 Đường Quyết Thắng, Tổ 9, Phường Phú La, Quận Hà Đông, Thành Phố Hà Nội

MST: 0109526400      SĐT: 024.668.767.09 - 0987.805.939

# NỘI DUNG

```
graph TD; A([NỘI DUNG]) --> B[CHƯƠNG 1: TỔNG QUAN VỀ BÁN HÀNG]; A --> C[CHƯƠNG 2: NỘI DUNG CƠ BẢN CẦN NẮM CỦA GSBH TRONG NGÀNH SƠN]; A --> D[CHƯƠNG 3: KINH NGHIỆM KHI ĐI THỊ TRƯỜNG VÀ MỞ NPP];
```

**CHƯƠNG 1:  
TỔNG QUAN  
VỀ BÁN  
HÀNG**

**CHƯƠNG 2:  
NỘI DUNG  
CƠ BẢN CẦN  
NẮM CỦA  
GSBH  
TRONG  
NGÀNH SƠN**

**CHƯƠNG 3:  
KINH  
NGHIỆM KHI  
ĐI THỊ  
TRƯỜNG VÀ  
MỞ NPP**



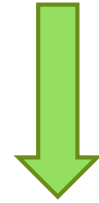
## PHẦN 1: TỔNG QUAN VỀ NGHỀ BÁN HÀNG

- ▶ **Bán hàng là gì?**
- ▶ **20 sai lầm lớn nhất trong nghề bán hàng.**
- ▶ **7 quy tắc bán hàng thành công.**

# THEO BẠN, BÁN HÀNG LÀ GÌ?

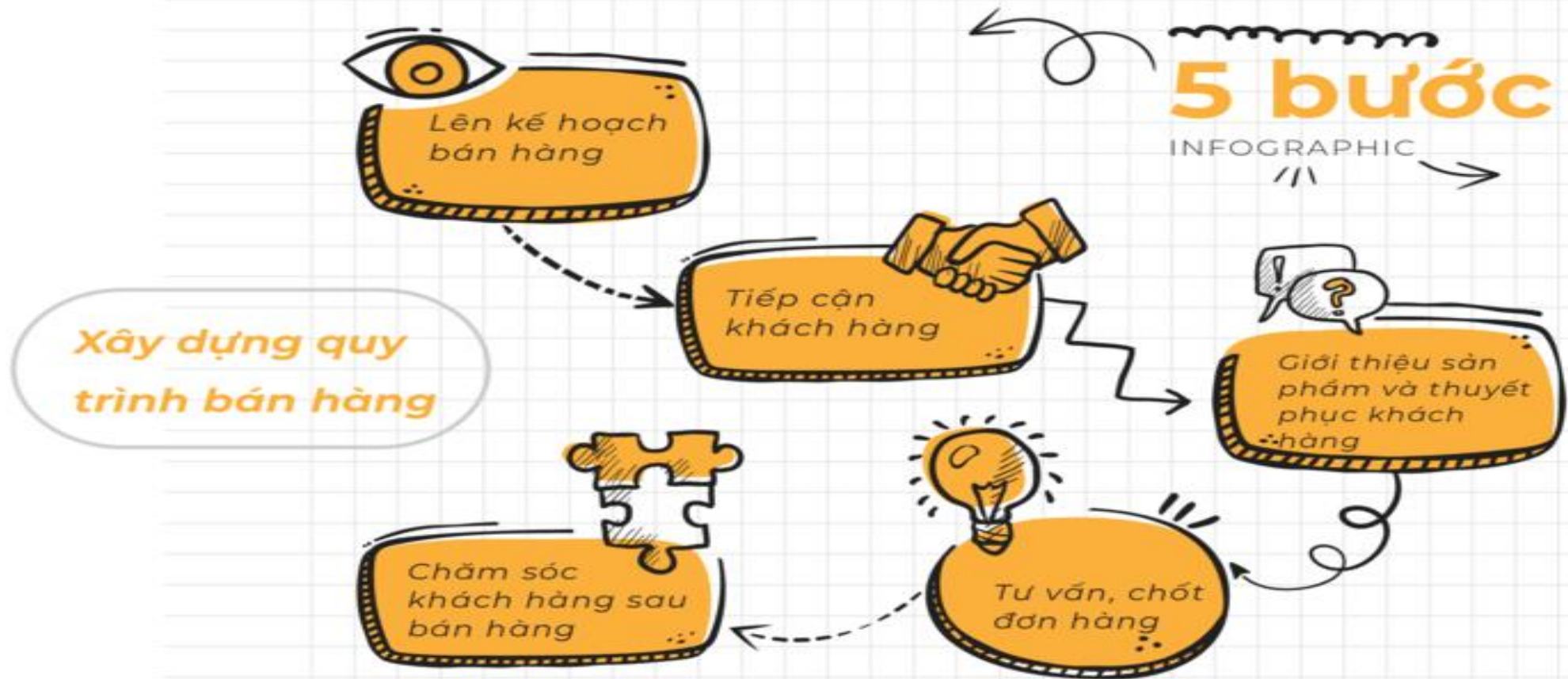


## ĐỊNH NGHĨA VỀ BÁN HÀNG:



Bán hàng chuyên nghiệp là quá trình tìm đến khách hàng và thuyết phục khách hàng bằng những thông tin sản phẩm, đánh giá đúng tâm lý họ, vào đúng thời điểm để khách hàng quyết định hợp tác nhập hàng.

# QUY TRÌNH BÁN HÀNG



## 20 SAI LẦM LỚN NHẤT TRONG BÁN HÀNG

1. Nói quá nhiều và nghe quá ít.
2. Không đưa ra đủ câu hỏi.
3. Kế hoạch chuẩn bị trước khi gặp khách hàng quá sơ sài.
4. Nóng vội trong tìm kiếm khách hàng.
5. Báo giá quá sớm.
6. Không tạo thêm được giá trị.
7. Giới thiệu quá nhiều đặc tính của sản phẩm.



## 20 SAI LẦM LỚN NHẤT TRONG BÁN HÀNG

8. Diễn thuyết về sản phẩm nhưng không chỉ rõ được những vấn đề mà khách hàng tiềm năng mong muốn.
9. Tự gây trở ngại do nói quá nhiều.
10. Không lắng nghe.
11. Không đưa ra được bằng chứng chứng tỏ các khách hàng đã sử dụng, hài lòng với sản phẩm hoặc dịch vụ của bạn như thế nào.
12. Đặt những câu hỏi dẫn dắt.
13. Sử dụng những câu hỏi ngược.



## 20 SAI LẦM LỚN NHẤT TRONG BÁN HÀNG

14. Sử dụng một cách máy móc những thủ thuật giao dịch nhằm vượt qua trở ngại.
15. Không linh hoạt.
16. Hạ giá quá sớm.
17. Đưa ra mức giá cao phi lý so với thực tế.
18. Không giao hàng đúng như thoả thuận.
19. Không hướng dẫn đầy đủ thông tin về sản phẩm, dịch vụ.
20. Không đề nghị khách hàng đặt hàng.

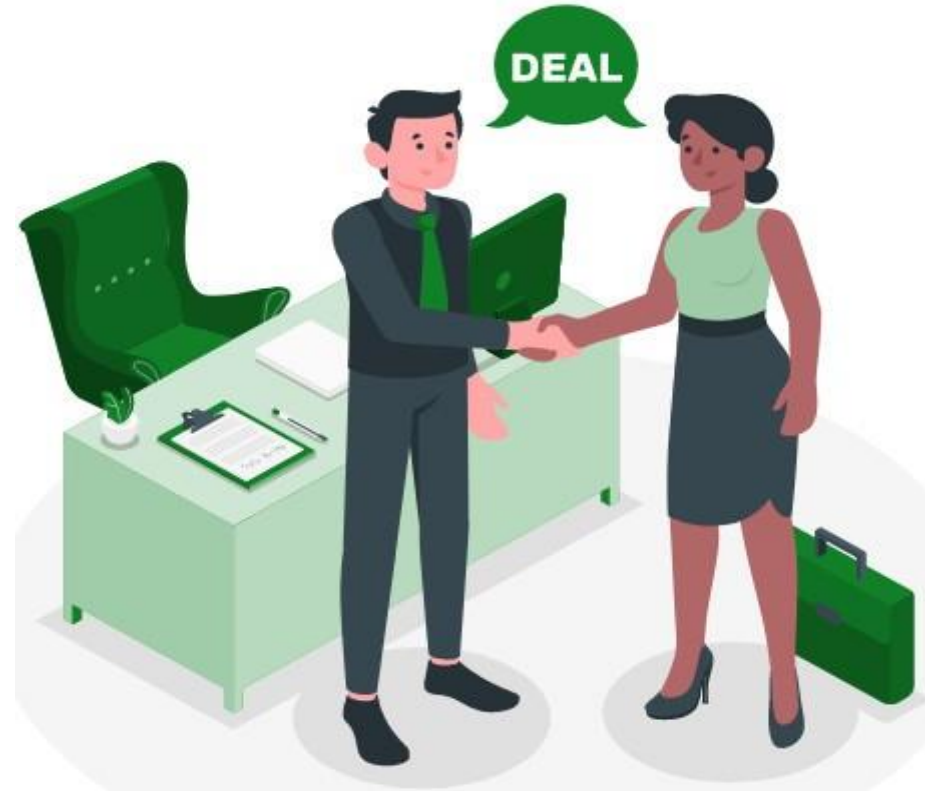


## **7 QUÝ TẮC VÀNG TRONG BÁN HÀNG**



## QUY TẮC SỐ 1:

**Định vị đúng, biết cách thăm dò và có kế hoạch trước sẽ đảm bảo bạn luôn tìm đúng người cần tìm, đưa ra được những thông điệp phù hợp ở thời điểm thích hợp nhất.**



## QUY TẮC SỐ 2:

Xây dựng lòng tin ở người mua hàng dựa trên cách tiếp cận phù hợp, không nên chia phối cuộc đàm phán

## QUY TẮC SỐ 3:

Hỏi tất cả các câu hỏi thích hợp theo đúng cách, và không nên quyết định hay đưa ra bất kỳ giải pháp nào cho đến khi bạn biết được.

- ✓ Họ sẽ mua cái gì?
- ✓ Khi nào họ mua?
- ✓ Họ sẽ mua như thế nào?
- ✓ Họ mua với những điều kiện gì?



## QUY TẮC SỐ 4:

**Đưa ra giải pháp thích hợp dựa trên các điều kiện, các quy định, và các thông số mà nhờ đó khách hàng của bạn đồng ý.**



## QUY TẮC SỐ 5:

Khách hàng thường muốn người bán hàng khẳng định về chất lượng sản phẩm hay dịch vụ của họ. Tuy nhiên, họ cũng có ấn tượng tốt khi có ai đó, hoặc chính bản thân họ tự kiểm chứng được những lời khẳng định ấy.





## QUY TẮC SỐ 6:

**Bạn không thể bán được hàng nếu bạn không mời mọi người mua hàng của mình.**



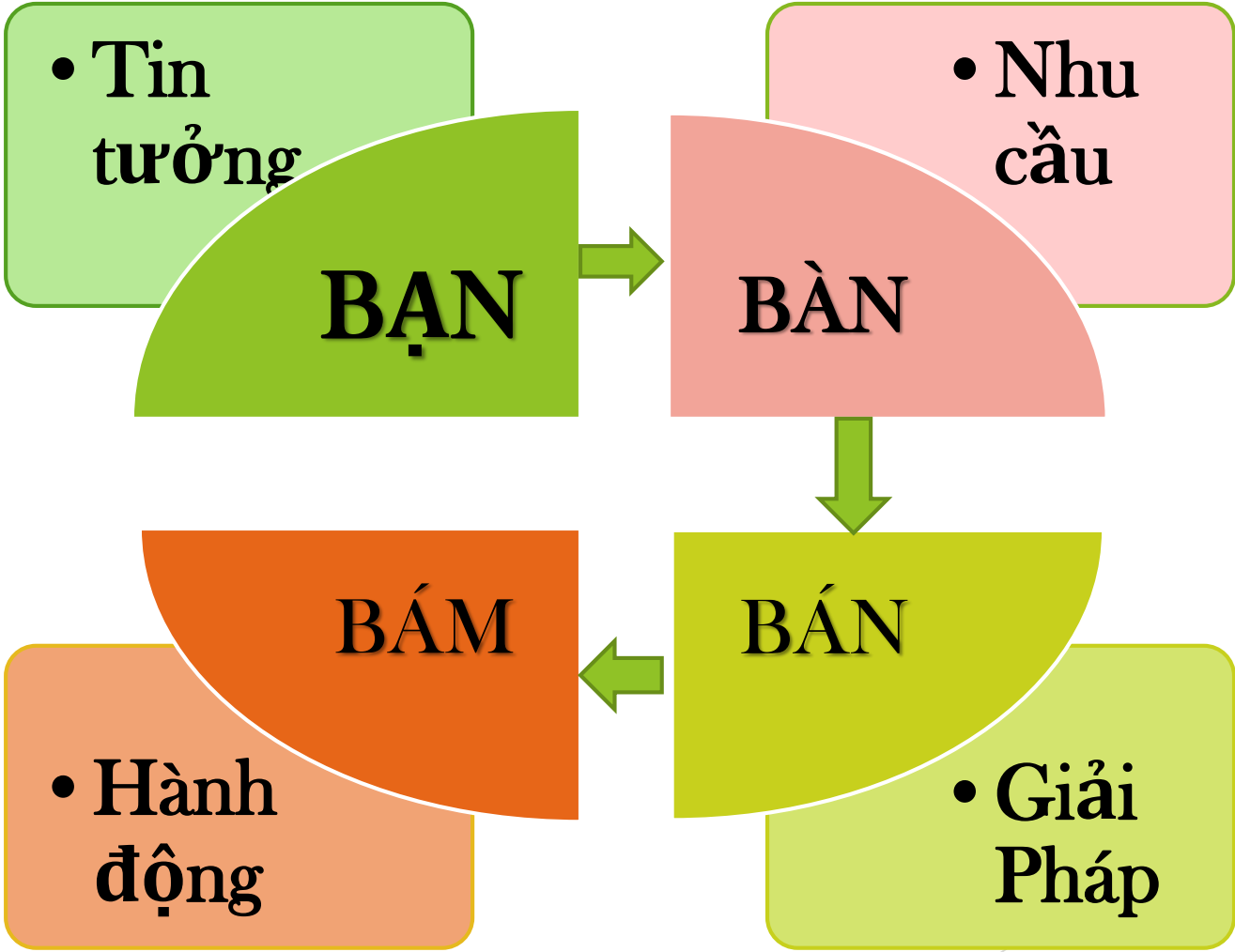
## QUY TẮC SỐ 7:

Công việc chỉ thực sự bắt đầu khi bạn bán được sản phẩm đầu tiên.

## **CÔNG THỨC NGHỆ THUẬT BÁN HÀNG GIỎI**

- Cách suy nghĩ đúng.
- Quy trình bán hàng chuẩn.
- Có ý thức xây dựng mối quan hệ làm ăn lâu dài với khách hàng.

# KỸ NĂNG THỰC HIỆN KẾ HOẠCH HÀNH ĐỘNG MÔ HÌNH BÁN HÀNG 4B:



## TÌM KIẾM KHÁCH HÀNG TIỀM NĂNG

### ÍT TIỀM NĂNG:

- Bạn bắt đầu giao tiếp.
- Có nhu cầu bạn có thể thoả mãn dù khách hàng không biết điều gì.
- Có hoặc không có khả năng hay quyền mua hàng.
- Có hoặc không có cảm giác cấp thiết phải mua mặt hàng bạn bán.
- Có hoặc không sẵn lòng lắng nghe bạn

### TIỀM NĂNG THẬT SỰ:

- Có và ý thức được nhu cầu của mình.
- Có quyền quyết định và đủ năng lực tài chính để mua hàng hoá/ dịch vụ đó.
- Có cảm giác cấp thiết phải mua hàng.
- Rất tin tưởng vào bạn và công ty của bạn.
- Sẵn sàng lắng nghe bạn.

**Thứ 1:** Bạn tìm và thu hút được càng nhiều khách hàng tiềm năng thật sự, xác suất hoàn tất giao dịch của bạn càng cao.

**Thứ 2:** Thành công của việc bán hàng trong tương lai của bạn phụ thuộc vào chất lượng khách hàng tiềm năng của bạn.

**Thứ 3:** Một người bán hàng luôn biết hỏi đúng, hỏi đủ, hỏi đúng lúc và đúng đối tượng sẽ luôn có nhiều khách hàng thật sự tiềm năng

**3 NGUYÊN TẮC TÌM  
KIẾM KHÁCH HÀNG  
TIỀM NĂNG**

## LÊN KẾ HOẠCH TRƯỚC KHI GẶP KHÁCH HÀNG



### TIẾN HÀNH NGHIÊN CỨU:

- ✓ Đối thủ cạnh tranh của bạn là ai?
- ✓ Những lợi thế riêng của họ là gì? Điểm mạnh? Điểm yếu?
- ✓ Khách hàng của bạn có nhu cầu mua sắm như thế nào?
- ✓ Những áp lực về tài chính là gì?
- ✓ Khách hàng của bạn mong muốn điều gì?
- ✓ Khách hàng của bạn đang tìm kiếm giải pháp nào?
- ✓ Thói quen mua sắm của họ trước đây như thế nào?
- ✓ Họ đón nhận những ý tưởng mới ra sao?





## **MEET - GẶP GỠ**

**Thu hút khách hàng và biến những đối tượng không mấy mặn mà trở thành thính giả nhiệt tình, đồng thời tạo dựng niềm tin và mối quan hệ tốt đẹp khi bày tỏ sự quan tâm thực sự của bạn đối với khách hàng.**



## THU HÚT KHÁCH HÀNG

- Xây dựng niềm tin.
- Tạo mối quan hệ.
- Đo lường khả năng chấp nhận của khách hàng.
- Cho phép khách hàng tiếp tục trò chuyện thân mật, nếu đó là điều họ lựa chọn.



## TRÒ CHUYỆN CÙNG KHÁCH HÀNG

- Đừng bao giờ chi phối cuộc trò chuyện với khách hàng.
- Mục tiêu của bạn là khiến khách hàng của mình nói về những điều quan trọng và phù hợp với họ.
- Đừng bao giờ học thuộc lòng bài nói chuyện.
- Hãy sẵn sàng chuyển từ trò chuyện thân mật sang nói chuyện bán hàng.



## PROBLE - THĂM DÒ

**Đặt câu hỏi giúp bạn bán hàng:**

- Giúp khách hàng phát hiện ra nhu cầu.
- Giúp khách hàng cảm nhận những mong muốn, ước mơ của họ.
- Xác định xem khách hàng sẽ mua gì, mua như thế nào, vì sao họ mua và mua với những điều kiện gì?



## ĐẶT CÂU HỎI

- Chuẩn bị càng nhiều câu hỏi mở càng tốt.
- Đặt những câu hỏi về nhu cầu.
- Đặt những câu hỏi giúp bạn xác định được những vấn đề cần phải giải quyết.
- Đặt những câu hỏi giúp bạn xác định động lực chính để khách hàng mua hàng.
- Tránh đặt những câu hỏi vô ý hoặc xúc phạm khách hàng.
- Hãy hỏi những câu hỏi dễ trả lời.
- Sử dụng những câu hỏi định hướng buổi gặp mặt, và luôn giữ giọng điệu tích cực, tự tin.
- Hỏi và lắng nghe.



## BÁO GIÁ

- Báo giá càng muộn càng tốt.
- Chỉ đưa ra giá sau khi tạo ra được nhiều lợi ích để khách hàng thấy là chúng lớn hơn nhiều so với giá phải trả, và các hao tổn tinh thần phát sinh.
- Báo giá trong phạm vi cơ cấu các lợi ích mà khách hàng có được từ sản phẩm.



## **4 BƯỚC THUYẾT PHỤC KHÁCH HÀNG**

1. Bạn phải chứng minh được nhận định của mình.
2. Bạn phải có nhân chứng của mình.
3. Bạn phải chứng minh giá thành sản phẩm của bạn là phù hợp.
4. Giải toả những lo lắng của khách hàng khi mua hàng.





## 5 CÁCH CHỨNG MINH

1. Không bao giờ nói điều không có dẫn chứng.
2. Nếu bạn có thể chứng minh, hãy đưa ra bằng chứng.
3. Dùng hình ảnh để tăng sức thuyết phục cho nhận định của bạn.
4. Để khách hàng tự cảm nhận.
5. Nhắc lại thường xuyên những nhận định và bằng chứng quan trọng.

## TIE IT UP - HOÀN THÀNH



### **Kết thúc đàm phán và ký kết hợp đồng:**

- ✓ Yêu cầu khách hàng mua hàng.
- ✓ Thoả thuận các điều kiện và hoàn tất giao dịch.
- ✓ Đảm bảo duy trì mối quan hệ tốt đẹp và không ngừng phát triển với khách hàng.
- ✓ Ngày càng bán được nhiều hàng hơn và nhận được nhiều lời giới thiệu tốt từ khách hàng.

## YÊU CẦU KHÁCH HÀNG ĐẶT HÀNG

- ✓ Yêu cầu họ mua ngay bây giờ.
- ✓ Khẳng định giao dịch.
- ✓ Xóa bỏ cảm giác lo sợ khi đưa ra quyết định.
- ✓ Chúc mừng khách hàng đã lựa chọn đúng.
- ✓ Mời khách hàng mua thêm.
- ✓ Đảm bảo sự hài lòng của khách hàng.
- ✓ Tất cả nằm ở dịch vụ.

## **CHƯƠNG II**

# **NỘI DUNG CƠ BẢN ĐỐI VỚI NHÂN VIÊN KINH DOANH SƠ**

# I. NĂM ĐƯỢC LỊCH SỬ VÀ QUY MÔ CỦA CÔNG TY

- Có kinh nghiệm hơn 15 năm sản xuất và kinh doanh sơn với hệ thống NPP và Đại lý trên toàn quốc.
- Nhập khẩu nguyên liệu trực tiếp từ nước ngoài.

## II. NẮM CHẮC THÔNG TIN VỀ SẢN PHẨM, CHỦNG LOẠI VÀ TÁC DỤNG CỦA TỪNG LOẠI SƠN

- **Một ngôi nhà hiện tại thường xuyên sử dụng theo quy trình cơ bản sau:**
  1. Bả 1 lớp đầu tiên.
  2. Lót kháng kiềm.
  3. Sơn màu 2 lớp.
  4. Chống thấm mặt ngoài 2 bên của nhà.

# 1. BỘT BẢ NỘI - NGOẠI THẤT CAO CẤP

- Thường được sử dụng đối với trường hợp tường chất xấu, không bằng phẳng và do yêu cầu chủ nhà cần làm thêm.
- Bả tạo 1 lớp bảo vệ tường giúp cho sơn dễ dàng và mang tính thẩm mỹ cao.
- Hiện tại ít nhà làm vì tốn công và tăng chi phí nhà lên cao.



## 2. SƠN LÓT KHÁNG KIỀM

- Là công đoạn đầu tiên sau khi tiến hành giáp vệ sinh bề mặt tường.
- Có độ kháng kiềm cao, khả năng bám dính tốt.
- Chống bong tróc, có khả năng đàn hồi và che lấp các khe nứt nhỏ.
- Độ phủ cao, bảo vệ lớp sơn phủ hoàn thiện luôn tươi mới.
- Độ phủ lý thuyết 10-12m<sup>2</sup>/1 kg, thời gian khô 30 phút.

### 3. SƠN PHỦ MÀU

- Là lớp sơn cuối cùng trong quá trình thi công.
- Thường được phủ 2 lớp sau khi đã lót xong.
- Có độ bám dính cao, bề mặt sơn nhẵn, mịn đối với công trình yêu cầu chất lượng trung bình và bóng đối với công trình yêu cầu chất lượng cao.
- Bền màu, che lấp các vết nứt nhỏ, cho bề mặt sơn phủ luôn sang bóng.

## 4. SƠN CHỐNG THẤM

- Là thành phần không thể thiếu trong khi sơn nhà ( thường được sử dụng cho 2 bên mặt ngoài của ngôi nhà).
- Có 2 loại chống thấm: chống thấm xi măng và chống thấm màu.
- Chống thấm tuyệt đối cho các bề mặt ứng dụng, độ liên kết và kết dính tuyệt hảo.
- Tăng tính co giãn, độ đàn hồi cho xi măng, cát.
- Tăng tính kháng ăn mòn hoá học, kháng mài mòn cơ học, không gây hại cho người sử dụng.
- Độ phủ lý thuyết 10-12m<sup>2</sup>/1 kg, thời gian khô 30 phút.

# CÁCH TÍNH KHỐI LƯỢNG SƠN CHO MỘT CÔNG TRÌNH NHÀ DÂN

- Nhân viên kinh doanh thường gặp trường hợp khách hàng là nhà dân hỏi xem công trình nhà mình hết bao nhiêu sơn?
- Là nhân viên kinh doanh sơn phải tính được khối lượng sơn là bao nhiêu thùng lót, chống thấm, thùng màu và cả công thợ.
- Có nhiều cách tính khối lượng sơn, sau đây là 1 trong số cách để mọi người tham khảo:

# CÁCH TÍNH KHỐI LƯỢNG SƠN CHO MỘT CÔNG TRÌNH NHÀ DÂN

**Diện tích sơn trong nhà= (Diện tích mặt sàn x số tầng)x hệ số sơn**

- ▶ **Trong đó:**
- ▶ Hệ số sơn trong nhà nằm trong khoảng: 3 đến 4.5
  - Nếu nhà khung nhiều phòng ít cửa sổ: Hệ số: 4.5
  - Nếu nhà khung nhiều phòng cửa trung bình: Hệ số: 4
  - Nếu nhà cấp 4 ít cửa: Hệ số: 3.5
  - Nếu nhà cấp 4 không có trần: Hệ số: 3
- ▶ Lưu ý: công thức chỉ đúng khi tính tổng thể diện tích ngôi nhà.

# CÁCH TÍNH KHỐI LƯỢNG SƠN CHO MỘT CÔNG TRÌNH NHÀ DÂN

**Diện tích sơn ngoài trời=(Diện tích mặt tiền x hệ số sơn ngoài trời)**

- Hệ số sơn ngoài trời chạy từ 1.2 đến 1.8, tùy theo mức độ phào chỉ nhiều hay ít để đưa ra hệ số cho phù hợp.
- Một số trường hợp hệ số sơn ngoài trời bằng 1 nhưng rất ít bởi vì ngoài trời có ban công, con tiện, lan can...

# CÁCH TÍNH KHỐI LƯỢNG SƠN CHO MỘT CÔNG TRÌNH NHÀ DÂN

➤ Ví dụ: Một ngôi nhà có chiều rộng (hay chiều ngang) là 5m, chiều dài (hay chiều sâu) là 10m, cao 3 tầng, mỗi tầng cao 4m, lan can (hay ban công) nhà rộng 1.5.



# CÁCH TÍNH KHỐI LƯỢNG SƠN CHO MỘT CÔNG TRÌNH NHÀ DÂN

**1. Diện tích sơn trong nhà:  $(5 \times 10 \times 3) \times 4 = 600 \text{ m}^2$**

- ❖ **Trường hợp 1**: Lăn sơn trực tiếp không bả matis thì phải lăn 4 lớp bao gồm: 2 lớp sơn lót (sơn trắng) và 2 lớp sơn màu.

## **Trong đó:**

- ❖ 1 thùng sơn trong nhà 18 lít lăn 1 lớp được  $200 \text{ m}^2$ , nếu lăn 4 lớp được  $50 \text{ m}^2$ . Số lượng sơn trong nhà = Diện tích sơn trong nhà / định mức 1 thùng 18 lít lăn 4 lớp =  $600 / 50 = 12$  thùng 18 lít

## **Trong đó:**

- ❖ Số lượng sơn lót (sơn trắng) chiếm  $2/3 = 8$  thùng
- ❖ Số lượng sơn màu = 4 thùng

# CÁCH TÍNH KHỐI LƯỢNG SƠN CHO MỘT CÔNG TRÌNH NHÀ DÂN

## 2. Diện tích sơn ngoài trời: $(5 \times 4 \times 3) \times 1.5 = 90m^2$

### Trong đó:

- ❖ 1 thùng chống kiềm 18 lít lăn 2 lớp được 100m<sup>2</sup>
- ❖ 1 lon sơn màu 5 lít lăn 2 lớp được 30m<sup>2</sup>

### Trong đó:

- ❖ Số lượng sơn lót (sơn trắng) =  $90/100 = 1$  thùng
- ❖ Số lượng sơn màu =  $90/30 = 3$  lon

### Lưu ý:

- Ngoài diện tích sơn cơ bản còn có phào chỉ, do số lượng ít nên bổ sung tùy theo khối lượng.
- Diện tích sơn chống thấm căn cứ vào diện tích thực tế để tính với 1 thùng chống thấm lăn 2 lớp được 100m<sup>2</sup>.

# CÁCH TÍNH KHỐI LƯỢNG SƠN CHO MỘT CÔNG TRÌNH NHÀ DÂN

**Trường hợp 2: Có bả matis: Theo quy trình sơn trong nhà có bả matis thì phải lăn 3 lớp bao gồm: 1 lớp sơn lót (sơn trắng) và 2 lớp sơn phủ (sơn màu).**

## Trong đó:

- ❖ 1 bao bột bả (40kg) bả 1 đến 2 lớp được 40m<sup>2</sup>.
- ❖ Số lượng bột bả trong nhà = Diện tích sơn trong nhà/định mức 1 bao bột bả trong nhà =  $600/40 = 15$  bao.
- ❖ 1 thùng sơn trong nhà 18 lít lăn 1 lớp được 200m<sup>2</sup>, vậy lăn 3 lớp được 70m<sup>2</sup>.
- ❖ Số lượng sơn trong nhà = diện tích sơn trong nhà/định mức 1 thùng 18 lít (lăn 3 lớp) =  $600/70 = 9$  thùng 18 lít.

1. Nắm được các nội dung cơ bản trước khi làm việc ngành sơn.

2. Đánh giá đúng năng lực của NPP

3. Tìm hiểu được đối tượng khách hàng đang muốn phân phối sơn

4. Trả lời những câu hỏi khi tư vấn

5. Định hướng, phân tích được hình thức kinh doanh, lợi nhuận cho NPP

6. Các bước phải thực hiện khi chốt hợp đồng với NPP

### CHƯƠNG III: KINH NGHIỆM KHI MỞ NPP

1. Công việc chính của GSBH là xây dựng hệ thống, hỗ trợ NPP bán hàng.

2. Cần có sự chăm chỉ và kiên trì vì xây hệ thống không thể làm vội và có kết quả sớm.

**CÁC NỘI DUNG CƠ BẢN TRƯỚC KHI LÀM VIỆC NGÀNH SƠN**

3. Phải có tinh thần quyết tâm cao và có kế hoạch đi thị trường khoa học.

4. Xác định khách hàng tiềm năng phải chăm sóc nhiều và xây dựng mối quan hệ thân thiết.

6. Tận dụng tất cả các mối quan hệ để làm việc, đặc biệt những người có quan hệ rộng để mở hệ thống và chào hàng dễ hơn.

5. Thị trường sơn cạnh tranh cao nên phải quen với sự từ chối của khách hàng để tiếp tục tìm kiếm khách hàng khác.

1. Có hoặc đang có nhu cầu về kinh doanh mặt hàng sơn: Cửa hàng vật liệu xây dựng, thợ sơn,...

**ĐÁNH GIÁ ĐÚNG NĂNG LỰC NPP**

2. Có tiềm lực tài chính, có khả năng thanh toán và đầu tư dài hạn, địa điểm kinh doanh trưng bày lớn.

5. Sẵn sàng lắng nghe và thiện trí hợp tác với bạn.

4. Có định hướng và chiến lược kinh doanh dài hạn.

3. Có mối quan hệ xã hội tốt, có uy tín trong khu vực.

**TÌM HIỂU  
ĐỐI  
TƯỢNG  
KHÁCH  
HÀNG  
MUỐN BÁN**

Đặt câu hỏi về việc NPP thường bán đối tượng khách hàng nào: công trình nhà dân, công trình lớn của tư nhân và nhà nước,...

Tư vấn sâu khi biết được đối tượng khách hàng mà NPP muốn hướng tới. Ví dụ: NPP khu vực Huyện A chỉ bán trong khu vực vào nhà dân thì GSBH phải hướng đến sản phẩm cao cấp như: sơn lót kiềm và sơn siêu bóng để tăng uy tín và khẳng định được chất lượng cũng như chỉ tiêu kinh doanh.

***Lưu ý: Đối với công trình dung sơn kinh tế công ty sẽ không bảo hành.***



# CÁC CÂU HỎI THƯỜNG GẶP KHI TƯ VẤN CHO NPP, ĐẠI LÝ

- Khi gặp khách hàng hay thăm dò và hỏi nhiều câu hỏi về chất lượng, chủng loại, độ dôi sơn, khả năng bám dính và bảo hành,... Ví dụ: Sơn sản xuất được bao nhiêu năm? 1 thùng sơn được bao nhiêu mét? Bảo hành bao lâu?...
- GSBH phải trả lời hết các câu hỏi hợp lý và thể hiện sự chuyên nghiệp trong cách trả lời.
- Khi tư vấn tuyệt đối không so sánh sản phẩm bên mình hơn, kém so với công ty khác mà chỉ nêu những ưu điểm mạnh của dòng sản phẩm của mình và gợi ý cho khách hàng test sơn thử.
- Phân tích cho khách hàng thấy được quy mô và sự chuyên nghiệp của công ty về chăm sóc khách hàng.
- Mời khách hàng về văn phòng và nhà máy để trao đổi và tham quan để đánh giá quy mô một cách khách quan.

# PHÂN TÍCH CÁC HÌNH THỨC KINH DOANH VÀ LỢI NHUẬN CỦA NPP

- Kinh doanh sơn của NPP có hình thức cơ bản: bán lẻ, nhận công trình, đẩy kênh thợ thầu.
- Trường hợp nhận công trình định hướng giá chiết khấu cho nhà dân.
- Ví dụ: Cắt % nhà dân (bảng giá bán lẻ) NPP được khoảng bao nhiêu % lợi nhuận + hỗ trợ tháng và thưởng năm sẽ ra con số cụ thể.
- Luôn tư vấn cho người bán hàng chủng loại sản phẩm cao cấp và cách thi công cẩn thận, gọt gàng để có uy tín và thương hiệu trong khu vực.