CẨM NANG TINH HOA · SỔ TAY HUẤN LUYỆN

# 30 TUYỆT CHIÊU

## *Gia Tăng Doanh Số — Thời Đại AI*

Bán hàng là phục vụ. Và khi bạn có một đội quân AI Agent phục vụ khách 24/7, doanh số chỉ là phần thưởng đến sau.

Biên tập & nâng cấp AI Agent bởi **Lê Văn Cương** · AI For CEO Academy
Nền tảng 30 tuyệt chiêu: đúc kết từ khoá học của **Phạm Thành Long**

LỜI TỰA

# Gửi những người chủ đang bước vào kỷ nguyên AI

Bán hàng không phải là lấy tiền của ai đó. Bán hàng là **phục vụ** — là mang giá trị, tài năng và sản phẩm của mình đến làm cho cuộc sống người khác tốt hơn. Khi ta phục vụ vượt quá cả sự tưởng tượng của khách, thì tiền, lòng trung thành và những lời giới thiệu sẽ tự tìm đến.

Ba mươi tuyệt chiêu trong cuốn này là những nguyên lý đã đúng suốt hàng chục năm. Nhưng thời đại đã đổi. Hôm nay, một người chủ không còn phải làm mọi thứ một mình. Mỗi chiêu thức bạn sắp học đều có thể được **một AI Agent gánh vác, nhân bản và chạy 24/7** — từ việc tạo mồi câu, nuôi dưỡng khách, chốt đơn, cho tới chăm sóc để biến khách thành fan cuồng.

Đó là lý do tôi biên tập lại cuốn sách này: giữ trọn cái lõi tử tế của nghề bán hàng, và lắp thêm vào đó bộ động cơ của thời đại — **AI Agent**. Mỗi bài, bạn sẽ thấy một hộp ⚡ Nâng cấp bằng AI Agent, chỉ thẳng đâu là "trợ lý số" làm giúp bạn việc đó.

> *"Những gì có trong đầu sẽ có ở trên tay"*

Muốn giỏi bán hàng, trước hết phải yêu thích nó và có tư duy đúng; rồi mới đến chiến lược và công cụ. Và xin nhớ điều quan trọng nhất: mọi chiêu thức chỉ bền khi đặt trên nền giá trị thật — thứ khiến người ta biết ơn vì đã chọn mình, chứ không phải hối tiếc.

Giờ thì, hãy bắt đầu.

*— Lê Văn Cương*

NGƯỜI SÁNG LẬP AI FOR CEO ACADEMY

CÁCH DÙNG CUỐN SÁCH

# Năm chiếc hộp trong mỗi bài

Mỗi tuyệt chiêu được trình bày theo một khuôn nhất quán. Hãy đọc theo đúng thứ tự — và đặc biệt đừng bỏ qua chiếc hộp thứ ba.

① **Tinh tuý**
Cốt lõi chiêu thức, nói thẳng, dễ nhớ.

② **Ứng dụng thực chiến**
Biến chiêu thức thành việc làm cụ thể trong doanh nghiệp bạn.

⚡ **Nâng cấp bằng AI Agent**
Đúng trợ lý số trong hệ sinh thái AI For CEO làm giúp bạn chiêu này.

③ **Câu hỏi coach**
Câu hỏi để tự vấn & để dẫn dắt đội nhóm.

④ **Bài tập**
Một hành động nhỏ làm được ngay trong tuần.

**Mẹo coach:** khi huấn luyện lại đội nhóm, đừng giảng — hãy hỏi. Đọc "Tinh tuý", rồi bắn "Câu hỏi coach", để người nghe tự bật ra câu trả lời. Người bán giỏi là người biết hỏi.

BẢN ĐỒ LỚN

# Công thức doanh số

Toàn bộ 30 tuyệt chiêu đều nhằm "vặn" vào một trong bốn biến số dưới đây. Vì bốn biến số **nhân với nhau** chứ không cộng — chỉ cần cải thiện mỗi biến một chút, doanh số nhân lên bội phần.

**Doanh số =**

| ① | × | ② | × | ③ | × | ④ |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Số khách tiềm năng<br>Phần II | | Tỉ lệ chốt<br>Phần III | | Giá trị mỗi đơn<br>Phần IV | | Số lần mua lại<br>Phần V |

Bốn đòn bẩy — bốn phần của cuốn sách. Mỗi chiêu thức đều đang tác động vào một trong bốn.

I

PHẦN I

# Tư duy bán hàng

Những gì có trong đầu sẽ có ở trên tay. Trước mọi kỹ thuật, người bán giỏi bắt đầu bằng một tư duy đúng: bán hàng là phục vụ.



BÀI 1 → 2

1

BÀI 1

# Mindset: Bán hàng là phục vụ

☆ ① TINH TUÝ

Muốn giỏi bán hàng, trước hết phải yêu thích nó — không ai giỏi ở lĩnh vực mình ghét. Hãy bỏ niềm tin "bán hàng là xấu".

Bán hàng là phục vụ: không phải đổi hàng lấy tiền, mà là mang giá trị làm cuộc sống khách tốt hơn. Hàng tốt thôi chưa đủ — phải phục vụ vượt cả tưởng tượng của khách.

② ỨNG DỤNG THỰC CHIẾN

Xem mỗi lần tư vấn là một lần phục vụ, không phải "bán gói". Đặt những chuẩn "vượt mong đợi" nhỏ: nhắc lịch, dặn dò kỹ, hỏi thăm sau khi phục vụ.

⚡ ⚡ NÂNG CẤP BẰNG AI AGENT

AI Agent giúp bạn giữ chuẩn "phục vụ vượt mong đợi" ở quy mô lớn: tự động hỏi thăm, nhắc lịch, chăm sóc sau bán cho từng khách mà không sót ai.

`~ tro-ly-cskh` `~ goi-dien-cham-soc-sau-dich-vu`

③ CÂU HỎI COACH

? *Đội của tôi có đang nghĩ "tư vấn/bán là làm phiền khách" không? Niềm tin nào nên thay vào?*

? *Lần gần nhất tôi phục vụ vượt mong đợi một khách là khi nào?*

④ BÀI TẬP

- [ ] Viết 3 câu tuyên bố tích cực về việc phục vụ khách, dán ở bàn làm việc và đọc mỗi sáng.

2

BÀI 2

# Tư duy của người bán hàng thành công

### ① TINH TUÝ

Bán bằng trái tim thay vì cố lôi kéo. Bốn nguyên tắc: (1) kết nối, kết thân ở mọi giai đoạn; (2) không bao giờ tranh luận với khách; (3) dồn mọi nguồn lực vào điều khách muốn; (4) yêu thương khách như người thân.

Win–win chưa đủ: mọi người liên quan đều phải thắng — khách, gia đình họ, thị trường và doanh nghiệp bạn.

### ② ỨNG DỤNG THỰC CHIẾN

Đặt mục tiêu của khách lên trên mục tiêu doanh số. Không tranh luận thắng–thua; lắng nghe và đồng hành. Đây vừa là đạo đức, vừa giữ khách bền lâu.

### ⚡ NÂNG CẤP BẰNG AI AGENT

Agent phân tích hành vi giúp bạn thật sự hiểu "điều khách muốn" từ lịch sử tương tác; agent coach review lại các cuộc tư vấn để cả đội bán bằng trái tim đồng đều.

`~ phan-tich-hanh-vi-khach` `~ sales-coach`

### ③ CÂU HỎI COACH

? *Trong ca gần nhất, tôi ưu tiên hiệu quả cho khách hay con số doanh thu?*

? *Có ai trong "ván bán hàng" này chưa thắng không?*

### ④ BÀI TẬP

- [ ] Chọn 1 khách khó, viết ra điều họ thực sự muốn và cách bạn đặt điều đó lên trước.

II

PHẦN II

# Thu hút khách tiềm năng

Khách hàng tiềm năng là vô hạn. Đây là chín cách để dòng khách mới liên tục tìm đến bạn — phần lớn không tốn một đồng quảng cáo.



BÀI 3 → 11

3

BÀI 3

# Quà tặng miễn phí (mồi câu)

☆ ① TINH TUÝ

“Muốn câu cá thì đừng dùng cà rốt.” Mồi câu = một món quà đúng nhu cầu khách, đổi lấy thông tin liên hệ.

Ba bước: hiểu rõ khách là ai → chọn nhu cầu bức thiết nhất → tạo quà miễn phí NHƯNG chất lượng cao (ebook, video, PDF, mini-course) đặt sau một form. Đơn giản mới hiệu quả.

② ỨNG DỤNG THỰC CHIẾN

“Mồi câu” = cẩm nang / bộ tài liệu miễn phí chất lượng cho đúng nỗi lo của nhóm khách mục tiêu, đổi lấy đăng ký nhận & theo dõi. Mỗi nhóm khách một quà riêng.

⚡ NÂNG CẤP BẰNG AI AGENT

AI viết trọn một ebook/mini-course “mồi câu” trong vài giờ, dựng landing page có form, rồi tự động gửi chuỗi email/Zalo nuôi dưỡng người vừa tải quà.

`lead-magnets` `quan-ly-landing-page` `email-zalo-automation`

③ CÂU HỎI COACH

? *Nhu cầu bức thiết nhất của nhóm khách mục tiêu là gì?*

? *Món quà miễn phí nào giải quyết đúng nhu cầu đó?*

④ BÀI TẬP

- [ ] Chọn 1 tài liệu sẵn có làm “mồi câu”, tạo 1 trang đăng ký để phát hành.

4

BÀI 4

# Chiến lược bể cá

☆ ① TINH TUÝ

Tại các sự kiện kết nối thường có "bể cá" đựng danh thiếp. Hãy xin/chụp lại chúng, rồi sau sự kiện gọi/email làm quen, hỏi thăm, đề nghị giúp đỡ.

Đây là nguồn khách tiềm năng & giới thiệu miễn phí. Đơn giản: tham gia nhiều hơn các sự kiện giao lưu.

② ỨNG DỤNG THỰC CHIẾN

Dự hội thảo ngành, sự kiện cộng đồng, hội nhóm doanh nhân — kết nối đồng nghiệp & đối tác có thể giới thiệu khách cho nhau. Chủ động giữ liên lạc sau sự kiện.

⚡ NÂNG CẤP BẰNG AI AGENT

Agent số hoá danh thiếp vào CRM, tự phân loại, rồi chạy chuỗi follow-up ấm áp sau mỗi sự kiện để không một mối quan hệ nào bị nguội.

`~ tich-hop-he-thong-data` `~ telesale-nuoi-lead`

③ CÂU HỎI COACH

? *Tháng này tôi sẽ dự sự kiện kết nối nào?*

? *Tôi đã có cách giữ liên lạc sau khi gặp người mới chưa?*

④ BÀI TẬP

- [ ] Chọn 1 sự kiện để tham dự trong 30 ngày; đặt mục tiêu kết nối & theo dõi 5 người sau đó.

5

BÀI 5

# Đuổi theo tiền của bạn

☆ ① TINH TUÝ

Biến mỗi người đang bán hàng cho bạn thành khách tiềm năng & nguồn giới thiệu. Khi bạn mua hàng, bạn ở "thế trên" — dễ làm quen, xin liên hệ.

Người bán hàng quen rất nhiều người → nguồn giới thiệu quý. Hãy chăm sóc ngược và đối xử trân trọng.

② ỨNG DỤNG THỰC CHIẾN

Những người cung cấp dịch vụ cho bạn (nhà cung cấp, in ấn, thiết bị...) đều quen nhiều người — đối xử tử tế như đối tác, họ sẽ giới thiệu khách cho bạn.

⚡ NÂNG CẤP BẰNG AI AGENT

Agent lập bản đồ toàn bộ đối tác/nhà cung cấp, chấm điểm tiềm năng giới thiệu và nhắc bạn kết nối lại đúng người, đúng lúc.

`phat-trien-doi-tac` `quan-ly-nha-cung-cap`

③ CÂU HỎI COACH

? *Ai đang "bán hàng cho tôi" mà tôi chưa hề kết nối lại?*

? *Tôi đối xử với nhà cung cấp như đối tác hay như người phục vụ?*

④ BÀI TẬP

- [ ] Liệt kê 5 nhà cung cấp/đối tác; chọn 1 người để kết nối & giới thiệu dịch vụ của mình tuần này.

6

BÀI 6

# Chiến lược lời giới thiệu (Referral)

☆ ① TINH TUÝ

Hơn 60% người mua qua lời giới thiệu. Hệ thống giới thiệu là cấu trúc quan trọng bậc nhất của kinh doanh.

Chủ động xin lời giới thiệu từ khách hài lòng và người thân quen. Chiến lược Top of Mind: luôn nằm ở "tầng trên" trong suy nghĩ mọi người bằng cách xuất hiện nhiều hơn, cho giá trị nhiều hơn.

② ỨNG DỤNG THỰC CHIẾN

Khách hài lòng là nguồn giới thiệu tốt nhất. Sau khi phục vụ tốt, nhẹ nhàng mời họ giới thiệu người có cùng nhu cầu. Giữ Top of Mind bằng nội dung giá trị đều đặn.

⚡ NÂNG CẤP BẰNG AI AGENT

Agent vận hành trọn chương trình truyền miệng: tự động gửi lời mời giới thiệu đúng thời điểm, tri ân người giới thiệu và theo dõi hiệu quả.

`~ marketing-truyen-mieng` `~ cham-soc-khach-gioi-thieu`

③ CÂU HỎI COACH

? *Tôi đã bao giờ chủ động mời khách giới thiệu chưa?*

? *Tôi có đang "Top of Mind" với khách cũ không?*

④ BÀI TẬP

- [ ] Soạn 1 câu mời giới thiệu tử tế để dùng cuối mỗi lần phục vụ thành công.

7

BÀI 7

# Bài trình bày 60 giây

## ① TINH TUÝ

Một bài giới thiệu ~60 giây thủ sẵn trong túi — không để bán, mà để người khác biết khách của bạn là ai và giới thiệu khách cho bạn.

Năm phần: tên + lĩnh vực → mở rộng + con số/USP → câu chuyện ngắn/khách mục tiêu → kêu gọi giới thiệu → nhắc lại tên + nghề. Tạo nhiều bản, thử thực tế, giữ bản hiệu quả.

## ② ỨNG DỤNG THỰC CHIẾN

Chuẩn bị bài 60s nêu rõ khách mục tiêu để người nghe biết đường giới thiệu. Dùng khi gặp đồng nghiệp, đối tác, sự kiện.

## ⚡ NÂNG CẤP BẰNG AI AGENT

AI viết cho bạn hàng loạt biến thể 30s/60s/2 phút theo từng đối tượng, rồi giúp bạn A/B thử nghiệm để giữ lại bản chốt tốt nhất.

`~ xay-kich-ban-ban-hang` `~ copywriting`

## ③ CÂU HỎI COACH

*? Bài 60s của tôi có nêu rõ khách mục tiêu để người nghe biết đường giới thiệu không?*

## ④ BÀI TẬP

- [ ] Viết 1 bài 60 giây theo 5 phần; luyện đọc & dùng thử một lần trong tuần.

8

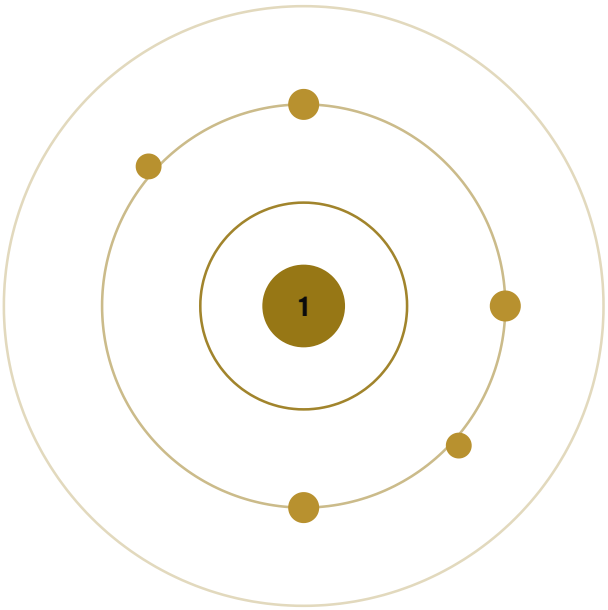
BÀI 8

# Chiến lược vòng ảnh hưởng (COI)

☆ ① TINH TUÝ

COI = Circle of Influence. Khác với chờ giới thiệu — đây là chủ động tạo giới thiệu.

Bán cho một người/gia đình → nhờ họ mời người thân, hàng xóm để mình giới thiệu cho cả vòng ảnh hưởng. Không nhất thiết bán ngay — biến họ thành khách tiềm năng cho sau này.




① Chăm sóc thật tốt một khách

② Nhờ họ mời người thân, bạn bè

③ Cả vòng ảnh hưởng thành khách

Chủ động tạo giới thiệu — không ngồi chờ.

② ỨNG DỤNG THỰC CHIẾN

Nhiều nhu cầu có yếu tố gia đình/cộng đồng. Khi chăm tốt một khách, khéo léo mời người thân của họ cùng trải nghiệm — vừa lợi cho họ, vừa mở rộng vòng ảnh hưởng.

### ⚡ NÂNG CẤP BẰNG AI AGENT

Agent phân tích dữ liệu tìm ra các “cụm” khách có liên hệ (gia đình, đồng nghiệp, khu vực) và gợi ý cách mở rộng vòng ảnh hưởng hợp lý; chatbot chăm sóc cả vòng đó 24/7.

`phan-tich-hanh-vi-khach` `chatbot-tu-van-tu-dong`

### ③ CÂU HỎI COACH

*? Nhóm khách nào của tôi có yếu tố gia đình/cộng đồng để mở rộng vòng ảnh hưởng?*

### ④ BÀI TẬP

- [ ] Chọn 1 nhóm khách có yếu tố lan toả; soạn cách mời người thân của họ trải nghiệm.

9

BÀI 9

# Chiến lược landing page

☆ ① TINH TUÝ

Mỗi dịch vụ làm một trang riêng (landing page) thay vì gộp mọi thứ vào một web: giới thiệu lợi ích, kèm quà miễn phí + form.

Khách mua thì tốt; không mua thì tải quà & để lại liên hệ → mình chăm sóc tiếp. Không cần cầu kỳ: đơn giản còn hơn không làm gì.

② ỨNG DỤNG THỰC CHIẾN

Làm trang riêng cho từng chương trình/gói kèm tài liệu tặng + form đăng ký tư vấn.

⚡ NÂNG CẤP BẰNG AI AGENT

Agent dựng landing page hoàn chỉnh cho từng dịch vụ và liên tục tối ưu chuyển đổi (tiêu đề, nút, bố cục) dựa trên dữ liệu người truy cập thật.

`~ quan-ly-landing-page` `~ toi-uu-chuyen-doi-web`

③ CÂU HỎI COACH

? *Dịch vụ nào của tôi xứng đáng có một trang riêng?*

④ BÀI TẬP

- [ ] Phác thảo nội dung 1 landing page cho một chương trình (lợi ích + quà + form).

10

BÀI 10

# Nói chuyện trước công chúng

☆ ① TINH TUÝ

Nói trước công chúng tạo nguồn khách khổng lồ: người đến học, rồi kể lại, rồi mang thêm người tới lần sau.

Teacher is the leader — đứng trên sân khấu, bạn thành người dẫn dắt, có ảnh hưởng, được yêu thích. Mọi thứ đều luyện tập: từ nhóm 5–10 người → hàng trăm, hàng ngàn.

② ỨNG DỤNG THỰC CHIẾN

Nhận giảng chuyên đề, buổi chia sẻ, hội thảo cộng đồng — vừa phục vụ, vừa xây thẩm quyền & nguồn khách.

⚡ NÂNG CẤP BẰNG AI AGENT

AI soạn dàn bài & slide chuyên đề, viết kịch bản sân khấu và giúp bạn luyện nói trước camera cho tự nhiên, cuốn hút — đúng đội "Sân khấu & Thuyết trình".

`luyen-noi-truoc-camera` `san-xuat-video`

③ CÂU HỎI COACH

*? Chủ đề nào tôi có thể chia sẻ trước công chúng ngay tháng này?*

④ BÀI TẬP

- [ ] Chuẩn bị 1 bài chia sẻ 15 phút về một chủ đề bạn giỏi; tìm 1 cơ hội để nói.

11

BÀI 11

# Tổng kết Phần II — Lead vô hạn

### ① TINH TUÝ

Niềm tin cốt lõi: khách hàng tiềm năng là KHÔNG giới hạn. Việc của bạn là áp dụng liên tục, phối hợp & thử phương pháp mới.

Hai chiêu nên dùng thường xuyên: chủ động xin lời giới thiệu và (về lâu dài) nói chuyện trước công chúng. Mọi lead thu được → lưu vào CRM.

### ② ỨNG DỤNG THỰC CHIẾN

Lập một hệ thống dữ liệu khách & người quan tâm (đúng quy định bảo mật) để đồng hành lâu dài, không để mất liên hệ.

### ⚡ NÂNG CẤP BẰNG AI AGENT

Một agent tích hợp đóng vai "bộ não CRM": gom lead từ mọi kênh về một chỗ, tự phân loại và dựng dashboard để bạn thấy dòng khách chảy đến mỗi ngày.

`~ tich-hop-he-thong-data` `~ xay-dashboard-bi`

### ③ CÂU HỎI COACH

? *Trong 9 chiêu Phần II, tôi sẽ chọn 2 chiêu nào làm thường xuyên?*

? *Tôi đã lưu & chăm sóc danh sách người quan tâm chưa?*

### ④ BÀI TẬP

- [ ] Chọn 2 chiêu Phần II để triển khai đều đặn 30 ngày; dựng 1 bảng theo dõi liên hệ.

III

PHẦN III

# Tăng tỉ lệ chốt

Có khách rồi, làm sao biến họ thành khách thật? Mười chiêu để nâng tỉ lệ chuyển đổi — từ đặt hẹn, hiểu người, tới chốt và xử lý từ chối.

BÀI 12 → 21

12

BÀI 12

# Tăng tỉ lệ đặt cuộc hẹn

☆ ① TINH TUÝ

Tách đặt hẹn thành một khâu độc lập với bán hàng — dễ đo lường, dễ huấn luyện.

Tư duy đúng khi gọi khách: “Tôi giúp được gì?”, “Ai là người may mắn kế tiếp được tôi giúp?” — thay cho nỗi sợ “làm phiền”. Có kịch bản, tặng giá trị trong buổi hẹn.

② ỨNG DỤNG THỰC CHIẾN

Chuẩn hoá khâu hẹn/nhắc lịch với kịch bản tử tế, nhấn lợi ích của buổi gặp cho khách. Buổi đầu tặng thêm giá trị để khách thấy đáng đến.

⚡ NÂNG CẤP BẰNG AI AGENT

Chatbot & agent telesale bắt lead 24/7, đặt lịch tự động và nhắc hẹn qua Zalo/SMS đúng thời điểm — giảm hẳn tỉ lệ khách quên hẹn.

`chatbot-tu-van-tu-dong` `nhac-lich-hen-sap-toi` `telesale-nuoi-lead`

③ CÂU HỎI COACH

? *Nhân viên có sợ gọi/nhắc lịch khách không? Tư duy nào cần thay?*

? *Khách nhận được giá trị gì ngay ở buổi hẹn?*

④ BÀI TẬP

- [ ] Viết kịch bản gọi/nhắc lịch 5 câu; huấn luyện 1 nhân viên.

13

BÀI 13

# Nhóm tính cách khách hàng — DISC

☆ ① TINH TUÝ

Bốn nhóm tính cách — nhận đúng để dùng đúng cách. D (Quyền lực): nói ngắn gọn, để họ tự quyết. I (Ảnh hưởng): lắng nghe, khen ngợi. S (Ổn định): xây quan hệ, kiên nhẫn. C (Tuân thủ): số liệu chi tiết, cho thời gian.

**I** Ảnh hưởng

Thích nói, thích chú ý.
→ Lắng nghe, khen ngợi.
Thành bạn của họ.

**D** Quyền lực

Mạnh mẽ, hướng mục tiêu.
→ Nói ngắn gọn, để họ
tự quyết. Đừng ra lệnh.

**S** Ổn định

Coi trọng quan hệ.
→ Bình tĩnh, kiên nhẫn.
Tin thì rất trung thành.

**C** Tuân thủ

Cẩn thận, hỏi cặn kẽ.
→ Số liệu chi tiết, cho
thời gian suy nghĩ.

Nhận đúng nhóm — dùng đúng cách.

☰ ② ỨNG DỤNG THỰC CHIẾN

Nhận diện tính cách khách để tư vấn đúng cách: người D cần gọn & để họ quyết; người C cần bằng chứng, số liệu, thời gian.

### ⚡ NÂNG CẤP BẰNG AI AGENT

Agent phân tích lịch sử chat/mua hàng để phán đoán nhóm DISC của từng khách và gợi ý ngay cách xưng hô, cách trình bày phù hợp cho nhân viên.

`phan-tich-hanh-vi-khach`

### ③ CÂU HỎI COACH

*? Khách trước mặt thuộc nhóm D/I/S/C nào? Tôi đang dùng đúng cách chưa?*

### ④ BÀI TẬP

- [ ] Với 4 khách gần nhất, thử gán nhóm DISC và ghi cách tư vấn phù hợp.

14

BÀI 14

# Xây dựng mối quan hệ thân tình

## ① TINH TUÝ

Khách chỉ mua từ người họ yêu thích & tin tưởng: Know → Like → Trust. Xây quan hệ TRƯỚC khi bán.

Kỹ thuật tương đồng (matching): từ vựng, giọng điệu, cách ăn mặc giống khách → càng tương đồng càng dễ mến. Món quà nhỏ mở quan hệ rất dễ.

## ② ỨNG DỤNG THỰC CHIẾN

Dành phút đầu kết nối con người với khách (xưng hô đúng cách họ quen, lắng nghe câu chuyện) trước khi vào chuyên môn.

## ⚡ NÂNG CẤP BẰNG AI AGENT

Chuỗi email/Zalo tự động nuôi Know–Like–Trust trước khi bán; agent cộng đồng giữ khách gần gũi với thương hiệu mỗi ngày.

`email-zalo-automation` `quan-ly-cong-dong`

## ③ CÂU HỎI COACH

? *Tôi có đang xây Know–Like–Trust trước khi tư vấn không?*

? *Tôi dùng đúng từ ngữ/cách xưng hô của khách chưa?*

## ④ BÀI TẬP

- [ ] Buổi gặp tới, dành 1–2 phút đầu chỉ để kết nối; ghi lại cảm nhận của khách.

15

BÀI 15

# Xác định chính xác nhu cầu khách hàng

### ① TINH TUÝ

Henry Ford: “Nếu hỏi, khách sẽ đòi con ngựa nhanh hơn, không phải ô tô.” Khách thường không nói chính xác điều họ thật sự cần.

Kỹ thuật: đặt câu hỏi → lắng nghe → hỏi tiếp để đào ra nhu cầu thật. Giải quyết được vấn đề của khách quan trọng hơn bán món hàng.

### ② ỨNG DỤNG THỰC CHIẾN

Khai thác nhu cầu & nỗi lo thật bằng câu hỏi mở; đề xuất giải pháp trúng nhu cầu & điều kiện của khách — không mặc định đắt nhất.

### ⚡ NÂNG CẤP BẰNG AI AGENT

Chatbot đặt câu hỏi đào sâu nhu cầu ngay khi khách vừa nhắn; agent khảo sát tổng hợp insight để bạn hiểu khách hơn cả khi họ không nói ra.

`chatbot-tu-van-tu-dong` `khao-sat-khach-hang`

### ③ CÂU HỎI COACH

*? Tôi đã đào đủ sâu để hiểu nhu cầu thật, hay dừng ở điều khách nói ra đầu tiên?*

### ④ BÀI TẬP

- [ ] Lập bộ 5 câu hỏi khai thác nhu cầu cho nhóm khách của tôi; thử áp dụng.

16

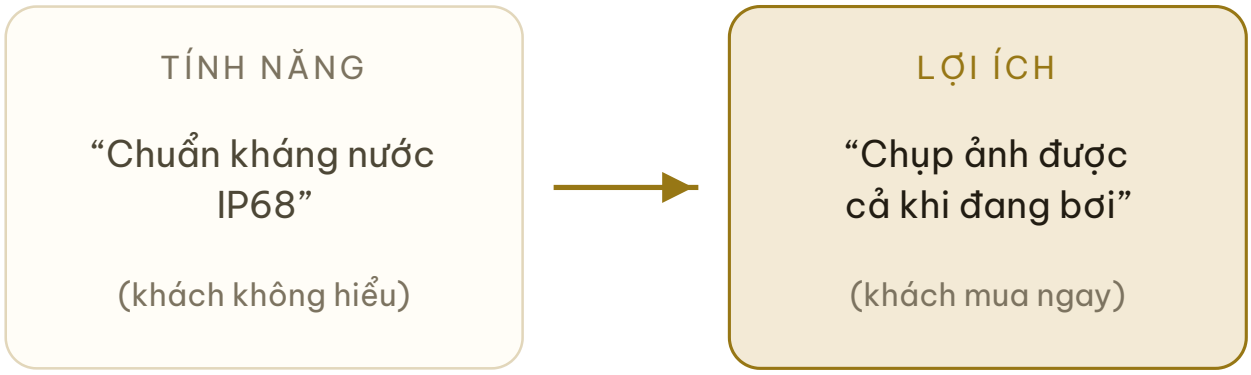
BÀI 16

# Chuyển tính năng thành lợi ích

☆ ① TINH TUÝ

Người bán thất bại vì quá yêu sản phẩm — cứ nói tính năng. Khách không mua tính năng, khách mua lợi ích.

Cách làm: viết mọi tính năng → bên cạnh viết lợi ích tương ứng, học thuộc lợi ích. Chỉ nói lợi ích khớp nhu cầu khách, thêm vài cái để vượt mong đợi. (Đừng nói "IP68" — hãy nói "chụp ảnh được cả khi đang bơi".)




Khách không mua tính năng — khách mua lợi ích.

② ỨNG DỤNG THỰC CHIẾN

Đừng liệt kê thao tác/thành phần (tính năng). Hãy nói kết quả khách nhận được: sự an tâm, tiết kiệm thời gian, kết quả cụ thể.

⚡ NÂNG CẤP BẰNG AI AGENT

AI biến hàng loạt tính năng khô khan thành câu lợi ích chạm cảm xúc — cho website, tờ rơi, kịch bản tư vấn — chỉ trong vài phút.

`copywriter-ban-hang` `copywriting`

### ③ CÂU HỎI COACH

? *Tôi đang nói tính năng hay lợi ích cho khách?*

### ④ BÀI TẬP

- [ ] Lập bảng Tính năng → Lợi ích cho 1 gói/dịch vụ; dùng ngôn ngữ lợi ích khi tư vấn.

17

BÀI 17

# Xác định USP — điểm độc đáo

### ① TINH TUÝ

USP = điểm độc đáo chỉ bạn có mà khách cần. Có thể nằm ở sản phẩm, dịch vụ, công ty, hoặc chính con người bạn.

Cách tìm: so sản phẩm mình với đối thủ → phần chỉ mình có (khó/đắt để sao chép) là USP. Người ta có thể mua chỉ vì một điểm khác biệt.

### ② ỨNG DỤNG THỰC CHIẾN

USP có thể là chuyên môn + phong cách tận tâm, quy trình theo dõi rõ ràng, tài liệu tặng, hỗ trợ sau bán — những điều đối thủ khó sao chép.

### ⚡ NÂNG CẤP BẰNG AI AGENT

Agent nghiên cứu đối thủ quét thị trường, chỉ ra khoảng trống; agent chiến lược thương hiệu giúp bạn chốt một USP sắc bén, đúng điều khách cần.

`~ nghien-cuu-doi-thu` `~ brand-strategist`

### ③ CÂU HỎI COACH

*? Điều gì khiến khách chọn tôi thay vì nơi khác? Đó có phải điều họ thật sự cần?*

### ④ BÀI TẬP

- [ ] Viết USP một câu (điều chỉ mình có + khách cần).

18

BÀI 18

# 7 bước kể chuyện bán hàng

### ① TINH TUÝ

Kể chuyện tăng tỉ lệ chốt vì nó xây quan hệ & sự tin cậy, khiến khách tò mò và thấy mình trong đó.

Chuyện mạnh nhất: câu chuyện thành công của khách (trước – sau khi dùng sản phẩm). Hai yếu tố bắt buộc: có thật và chan đầy cảm xúc.

### ② ỨNG DỤNG THỰC CHIẾN

Dùng câu chuyện khách thật (có sự đồng ý) để khách mới thấy mình trong đó và có động lực quyết định.

### ⚡ NÂNG CẤP BẰNG AI AGENT

AI dựng kịch bản video "trước – sau" và nội dung case study từ dữ liệu khách thật; đội sản xuất video nhân bản thành hàng loạt clip chạm cảm xúc.

`san-xuat-video` `content-truoc-sau-case`

### ③ CÂU HỎI COACH

*? Tôi có sẵn vài câu chuyện khách thật, giàu cảm xúc để tạo động lực không?*

### ④ BÀI TẬP

- [ ] Viết 1 câu chuyện "trước–sau" cho nhóm khách hay chần chừ.

19

BÀI 19

# Chốt sales — đòn kết thúc

### ① TINH TUÝ

Không chốt = mọi bước trước thành vô nghĩa. Người ta sợ chốt vì sợ bị từ chối. Thần chú: “Chốt là để có cơ hội phục vụ.”

Pre-frame (giả định đã mua): “Anh thanh toán tiền mặt hay chuyển khoản?”. Câu hỏi giả định + IM LẶNG sau khi đề nghị — khoảng lặng khiến khách quyết định.

### ② ỨNG DỤNG THỰC CHIẾN

“Chốt” = giúp khách quyết định bắt đầu. Dùng câu hỏi giả định nhẹ nhàng: “Mình bắt đầu từ tuần này nhé?”, rồi để họ suy nghĩ trong yên lặng. Tôn trọng quyền tự quyết.

### ⚡ NÂNG CẤP BẰNG AI AGENT

Agent xây kịch bản chốt cho từng tình huống & dịch vụ; agent theo dõi tỉ lệ chốt chỉ ra ai/kênh nào đang rơi để bạn cải thiện đúng chỗ.

`xay-kich-ban-ban-hang` `theo-doi-ty-le-chot-sale`

### ③ CÂU HỎI COACH

*? Tôi có ngại “chốt” không? Tư duy nào giúp tôi tự tin hơn?*

### ④ BÀI TẬP

- [ ] Soạn 2 câu hỏi giả định để mời khách bắt đầu; luyện kỹ thuật “im lặng sau đề nghị”.

20

BÀI 20

# Xử lý sự từ chối

## ① TINH TUÝ

"Gõ cửa 99 nhà bị từ chối, nhà thứ 100 mua" → mỗi lời từ chối đều có giá trị. Càng thu nhiều từ chối, càng nhiều đơn.

Kỹ thuật: hỏi lại (người hỏi giữ quyền chủ động). "Đắt so với gì?", "Ngân sách của anh là bao nhiêu?". Tách vấn đề: "Ngoài chuyện tiền, anh còn băn khoăn gì không?"

## ② ỨNG DỤNG THỰC CHIẾN

Khi khách do dự (chi phí, thời gian, sợ hãi): hỏi để hiểu rào cản thật, tách từng lo lắng ra giải quyết, giữ thái độ ấm áp — không nản, không ép.

## ⚡ NÂNG CẤP BẰNG AI AGENT

Agent xử lý phản đối & thuyết phục khách do dự cung cấp sẵn câu trả lời đúng cho từng lý do từ chối, và luyện tình huống cho đội sale như một "bạn tập" không mệt.

`xu-ly-phan-doi` `thuyet-phuc-khach-do-du`

## ③ CÂU HỎI COACH

? *Khi khách từ chối, tôi hỏi lại để hiểu hay bỏ cuộc?*

? *Rào cản thật của họ (ngoài điều nói ra) là gì?*

## ④ BÀI TẬP

- [ ] Liệt kê 5 lý do từ chối hay gặp; soạn 1 câu hỏi xử lý cho mỗi lý do.

21

BÀI 21

# Tổng kết Phần III

### ① TINH TUÝ

Thần chú xuyên suốt: bán hàng là phục vụ. Đừng chăm chăm "chốt bao nhiêu tiền" — hãy hỏi khách nhận được giá trị gì.

Bán hàng như cơ bắp — càng luyện càng giỏi. Học được thì đào tạo lại đội nhóm: bạn chỉ có 24 giờ, muốn bán nhiều hơn phải có nhiều người hơn.

### ② ỨNG DỤNG THỰC CHIẾN

Biến các kỹ năng này thành SOP tư vấn & đào tạo nhân viên để cả ê-kíp phục vụ khách đồng đều.

### ⚡ NÂNG CẤP BẰNG AI AGENT

Agent đào tạo chốt sale & sales coach biến bộ kỹ năng thành chương trình huấn luyện tự động, chấm điểm hội thoại thật và kèm cặp từng nhân viên.

`dao-tao-ky-nang-chot-sale` `sales-coach`

### ③ CÂU HỎI COACH

*? Kỹ năng nào Phần III tôi cần luyện nhất? Tôi đã đào tạo lại cho nhân viên chưa?*

### ④ BÀI TẬP

- [ ] Chọn 1 kỹ năng chốt/xử lý từ chối, tổ chức 1 buổi coach 20 phút cho đội nhóm.

IV

PHẦN IV

# Tăng giá trị mỗi đơn

Cùng một khách, làm sao mỗi đơn có giá trị hơn? Bốn chiêu bán thêm, giữ khách, đóng gói và nhân bản qua giới thiệu.



BÀI 22 → 25

22

BÀI 22

# Upsale — bán thêm

## ① TINH TUÝ

Upsale = bán một sản phẩm phụ đi kèm sản phẩm chính (“anh dùng thêm gì không?”). Chỉ bán kèm, không bán riêng.

Có hãng tăng 20% doanh số chỉ nhờ bán thêm. Khách đã tin tưởng rồi nên upsale gần như không tốn công. Phụ kiện đôi khi lãi hơn cả sản phẩm chính.

## ② ỨNG DỤNG THỰC CHIẾN

“Bán thêm” lành mạnh = đề xuất dịch vụ bổ trợ thật sự cần: gói theo dõi, tài liệu, sản phẩm chăm sóc. Chỉ đề xuất thứ khách thực sự cần.

## ⚡ NÂNG CẤP BẰNG AI AGENT

Agent gợi ý bán thêm/bán chéo đúng nhu cầu từng khách ngay tại thời điểm chốt — dựa trên hành vi và lịch sử mua, không ép, không loãng.

`ban-them-cross-sell`

## ③ CÂU HỎI COACH

*? Dịch vụ bổ trợ nào thật sự tăng giá trị cho khách mà tôi hay quên đề cập?*

## ④ BÀI TẬP

- [ ] Liệt kê 2 dịch vụ bổ trợ chính đáng có thể đề xuất kèm cho mỗi nhóm khách.

23

BÀI 23

# Downsale — bán bậc thấp hơn

## ① TINH TUÝ

Downsale = khi khách thấy sản phẩm chính quá đắt và định bỏ đi, hãy đưa sản phẩm ít tiền hơn để giữ khách. “Khách đã bỏ đi thì không quay lại.”

Downsale không được → downsale tiếp; cuối cùng vẫn không được thì tặng quà mang về — đừng để khách ra tay không.

## ② ỨNG DỤNG THỰC CHIẾN

Có nhiều mức gói phù hợp túi tiền: nếu khách chưa kham nổi gói đầy đủ, đề xuất phương án cơ bản để họ không rời đi. Chưa quyết thì tặng tài liệu miễn phí.

## ⚡ NÂNG CẤP BẰNG AI AGENT

Agent định giá & đóng gói thiết kế sẵn nhiều bậc giá thông minh, và gợi ý phương án “giữ khách” đúng lúc khách chần chừ vì giá.

`dinh-gia-goi-dich-vu` `ho-tro-tra-gop-tai-chinh`

## ③ CÂU HỎI COACH

*? Tôi có sẵn phương án phù hợp ngân sách để khách không bỏ đi không?*

## ④ BÀI TẬP

- [ ] Thiết kế 2–3 mức cho một sản phẩm (đầy đủ / cơ bản), đảm bảo mức nào cũng đáng giá.

24

BÀI 24

# Đóng gói sản phẩm

☆ ① TINH TUÝ

Bao bì thay đổi → giá trị thay đổi. Cùng chiếc đĩa CD: vỏ nhựa 10k, hộp đẹp 50k, có tem bản quyền 200k, chữ ký nghệ sĩ vài triệu.

Ba cách: bao bì đẹp hơn; chia nhỏ & đóng gói lại; ghép combo/gắn thêm sản phẩm phụ. Một học viên tăng doanh số gấp 4 lần chỉ nhờ đóng gói.




Cùng một lõi sản phẩm — cách đóng gói quyết định giá trị.

② ỨNG DỤNG THỰC CHIẾN

"Đóng gói" = trình bày dịch vụ thành chương trình/gói có tên rõ ràng, tài liệu đẹp, quy trình mạch lạc → khách cảm nhận giá trị & yên tâm hơn.

⚡ NÂNG CẤP BẰNG AI AGENT

Agent xây gói/combo đặt tên và cấu trúc gói hấp dẫn; agent thiết kế tạo bộ ấn phẩm, infographic khiến gói dịch vụ trông xứng tầm giá trị.

`xay-goi-combo-dich-vu` `thiet-ke-infographic`

### ③ CÂU HỎI COACH

? *Dịch vụ của tôi đang được "đóng gói" rõ ràng, chuyên nghiệp chưa — hay chỉ là các lần bán lẻ?*

### ④ BÀI TẬP

- [ ] Đặt tên & phác thảo 1 "gói/chương trình" (tên, nội dung, tài liệu, quy trình).

25

BÀI 25

# Nhân bản qua hệ thống giới thiệu

### ① TINH TUÝ

Hệ thống Referral = khách tự nguyện giới thiệu cho bạn (khác đại lý ăn hoa hồng). Quảng cáo dày đặc → người ta chỉ còn tin người.

KPI quan trọng nhất của doanh nghiệp phát triển: tỉ lệ khách đến qua lời giới thiệu. Hãy đo & tăng nó. Xây nhiều nguồn, đừng phụ thuộc một.

### ② ỨNG DỤNG THỰC CHIẾN

Theo dõi tỉ lệ khách mới đến nhờ giới thiệu — chỉ số vàng cho doanh nghiệp bền vững. Xây nhiều nguồn: khách cũ, đồng nghiệp, đối tác, cộng đồng online.

### ⚡ NÂNG CẤP BẰNG AI AGENT

Agent vận hành mạng lưới cộng tác viên/affiliate: tuyển chọn, cấp link, tính hoa hồng, theo dõi hiệu quả — biến giới thiệu thành một cỗ máy đo được.

`affiliate-cong-tac-vien` `xay-dashboard-bi`

### ③ CÂU HỎI COACH

*? Bao nhiêu % khách mới của tôi đến từ giới thiệu? Tôi có đang đo nó không?*

### ④ BÀI TẬP

- [ ] Bắt đầu ghi lại nguồn của mỗi khách mới trong 30 ngày; tính tỉ lệ đến từ giới thiệu.

V

PHẦN V

# Xây dựng Fan cuồng

Đỉnh cao của bán hàng: những khách hàng trung thành tự nguyện bán hàng cho bạn. Đây là cách biến khách thành Raving Fan.



BÀI 26 → 34

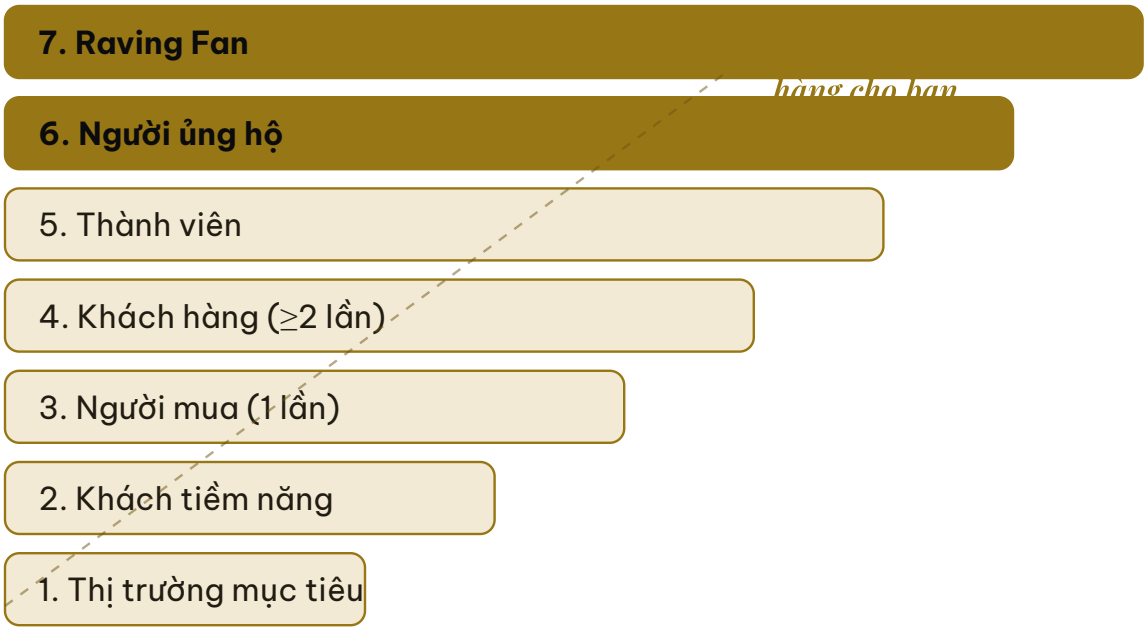
26

BÀI 26

# 7 cấp độ lòng trung thành

☆ ① TINH TUÝ

Nấc thang trung thành — mục tiêu là đưa khách lên cao dần: (1) Thị trường mục tiêu · (2) Khách tiềm năng · (3) Người mua 1 lần · (4) Khách hàng ≥2 lần (trung thành gấp 10 lần) · (5) Thành viên · (6) Người ủng hộ · (7) Raving Fan — fan cuồng tự nguyện bán hàng cho bạn.




Mục tiêu: đưa mỗi khách lên một nấc cao hơn.

② ỨNG DỤNG THỰC CHIẾN

Đưa khách lên nấc gắn bó lâu dài: chương trình theo dõi, ưu đãi thành viên, cộng đồng khách — thay vì bán một lần rồi mất.

**NÂNG CẤP BẰNG AI AGENT**

Agent loyalty & phân tích vòng đời tự động xếp mỗi khách vào đúng nấc thang và kích hoạt hành động phù hợp để nâng họ lên nấc trên.

`quan-ly-loyalty-thanh-vien` `phan-tich-clv-vong-doi`

**③ CÂU HỎI COACH**

*? Khách của tôi đang ở nấc nào? Làm sao đưa họ lên nấc "gắn bó"?*

**④ BÀI TẬP**

- [ ] Phân loại khách theo 7 nấc; chọn 1 việc để nâng nhóm "mua 1 lần" lên "gắn bó".

27

BÀI 27

# Văn hoá Raving Fan

## ① TINH TUÝ

Có khách mới đắt hơn giữ khách cũ. Raving Fan = hệ thống bán hàng tự động, tiết kiệm chi phí marketing.

Chân lý: "Yêu sản phẩm → thất bại. Yêu quý khách hàng → thành công." Phải thấm nhuần toàn tổ chức. Tuyển người quan tâm lợi ích khách hàng, giữ họ lại.

## ② ỨNG DỤNG THỰC CHIẾN

Xây văn hoá "khách hàng là trung tâm" cho cả ê-kíp: mọi người đều tìm hiểu & đáp ứng nhu cầu thật. Tuyển/giữ người theo thái độ phục vụ.

## ⚡ NÂNG CẤP BẰNG AI AGENT

Agent xây văn hoá & thương hiệu tuyển dụng giúp bạn chuẩn hoá tinh thần phục vụ; agent giám sát chất lượng bắt sớm nơi trải nghiệm đang tụt.

`xay-dung-van-hoa` `kiem-soat-chat-luong`

## ③ CÂU HỎI COACH

*? Ê-kíp tôi đang "yêu sản phẩm/quy trình" hay "yêu quý khách hàng"?*

## ④ BÀI TẬP

- [ ] Viết 1 câu "giá trị cốt lõi" đặt khách làm trung tâm; chia sẻ & dán ở nơi làm việc.

28

BÀI 28

# Trao nhiều hơn quảng cáo

### ① TINH TUÝ

Để tạo Raving Fan: bớt quảng cáo, tập trung trao giá trị. Chiến lược 3–1 / 4–1: quảng cáo 1, giao cho khách gấp 3–4 lần.

Đừng nói hết lợi ích — để khách tự phát hiện điều bất ngờ. Vũ khí mạnh nhất, không cần quảng cáo: sự tử tế.

### ② ỨNG DỤNG THỰC CHIẾN

Trao giá trị vượt mong đợi: dặn dò kỹ, tài liệu tặng, tin nhắn hỏi thăm — những điều nhỏ "ngoài hợp đồng" tạo ấn tượng sâu.

### ⚡ NÂNG CẤP BẰNG AI AGENT

Agent email/newsletter đều đặn trao giá trị (kiến thức, ưu đãi, chăm sóc) để bạn luôn "cho nhiều hơn quảng cáo" mà không tốn thêm giờ làm.

`~ quan-ly-email-newsletter` `~ content-giao-duc-khach`

### ③ CÂU HỎI COACH

*? Điều bất ngờ tử tế nào tôi có thể trao thêm cho khách mà họ không ngờ tới?*

### ④ BÀI TẬP

- [ ] Chọn 1 "điều tử tế bất ngờ" để làm cho mọi khách tuần này.

29

BÀI 29

# Giúp khách hàng đạt kết quả

☆ ① TINH TUÝ

Khách không mua sản phẩm — họ mua KẾT QUẢ mà sản phẩm mang lại. Hãy dồn mọi nguồn lực giúp khách đạt kết quả.

Chăm sóc cả sau khi bán → khách đạt kết quả → tự giới thiệu. Đây là cách tạo Raving Fan.

② ỨNG DỤNG THỰC CHIẾN

Chủ động gọi/nhắn theo dõi việc sử dụng, hỗ trợ khách thật sự đạt kết quả → họ thành người ủng hộ.

⚡ NÂNG CẤP BẰNG AI AGENT

Agent gọi/nhắn chăm sóc sau bán theo đúng mốc và agent theo dõi kết quả dài hạn đảm bảo không khách nào "mua xong rồi bị bỏ rơi".

`goi-dien-cham-soc-sau-dich-vu` `theo-doi-ket-qua-dai-han`

③ CÂU HỎI COACH

*? Sau khi khách rời đi, tôi có hệ thống theo dõi kết quả không?*

④ BÀI TẬP

- [ ] Thiết kế 1 quy trình theo dõi sau bán (gọi/nhắn mốc nào, hỏi gì) cho một nhóm khách.

30

BÀI 30

# Kinh doanh minh bạch

### ① TINH TUÝ

Minh bạch tạo Raving Fan. Khi gặp sự cố, nhanh chóng thông báo cho khách → khách càng tin.

Khi bán: cung cấp thông tin chính xác, đầy đủ, kể cả điểm chưa hoàn hảo. Sản phẩm không cần hoàn hảo, nhưng thông tin phải thật.

### ② ỨNG DỤNG THỰC CHIẾN

Minh bạch chi phí, thông tin, lợi ích & rủi ro. Đây vừa là đạo đức, vừa xây niềm tin bền — khi khủng hoảng, chính khách sẽ đứng về phía bạn.

### ⚡ NÂNG CẤP BẰNG AI AGENT

Agent quản lý danh tiếng theo dõi mọi đánh giá, giúp bạn phản hồi minh bạch, đúng mực và kịp thời trên mọi kênh.

`quan-ly-danh-tieng` `xu-ly-feedback-tieu-cuc`

### ③ CÂU HỎI COACH

? *Khách có được thông tin đầy đủ & minh bạch về chi phí và sản phẩm trước khi quyết định không?*

### ④ BÀI TẬP

- [ ] Rà soát & công khai bảng thông tin chi phí/quy trình rõ ràng cho khách.

31

BÀI 31

# Đối xử với khách hàng tốt nhất

☆ ① TINH TUÝ

Tưởng thưởng cho khách tốt nhất bằng những điều tốt nhất (như thẻ hạng vàng: ưu tiên, phòng chờ riêng, quà tặng).

Tạo nhóm khách cao cấp với ưu đãi đặc biệt: được ưu tiên, chăm sóc tốt hơn, trải nghiệm riêng. Càng đặc biệt, càng dễ có Raving Fan.

② ỨNG DỤNG THỰC CHIẾN

Với khách gắn bó lâu năm: ưu tiên lịch hẹn, tư vấn kỹ hơn, hỗ trợ tận tình hơn — sự trân trọng chân thành.

⚡ NÂNG CẤP BẰNG AI AGENT

Agent chăm sóc khách VIP và tặng quà sinh nhật tự động nhận diện nhóm khách thân thiết và kích hoạt đặc quyền, quà tặng đúng dịp — không sót ai.

`cham-soc-khach-vip` `tang-qua-sinh-nhat-khach`

③ CÂU HỎI COACH

*? Tôi có cách nào trân trọng riêng khách gắn bó lâu năm không?*

④ BÀI TẬP

- [ ] Liệt kê 3 cách chăm sóc đặc biệt (tiện lợi, ân cần) cho nhóm khách thân thiết.

32

BÀI 32

# Người cho đi là người chiến thắng

### ① TINH TUÝ

Giver's win: càng cho đi càng chiến thắng trong trò chơi tạo Raving Fan. Cho đi cả với khách: quà bất ngờ dịp sinh nhật, trải nghiệm đặc biệt → trung thành mãi mãi.

Tham gia hoạt động thiện nguyện → được cộng đồng mến mộ & nuôi dưỡng lòng biết ơn. Bắt đầu ngay hôm nay, không chờ đợi.

### ② ỨNG DỤNG THỰC CHIẾN

Cho đi qua giáo dục cộng đồng miễn phí, hoạt động ý nghĩa — vừa đúng sứ mệnh, vừa xây thương hiệu tử tế. Quà nhỏ bất ngờ, lời hỏi thăm đúng lúc.

### ⚡ NÂNG CẤP BẰNG AI AGENT

Agent cộng đồng và nội dung giáo dục giúp bạn "cho đi" đều đặn ở quy mô lớn: chia sẻ kiến thức, tổ chức tương tác, nuôi dưỡng cộng đồng biết ơn.

`quan-ly-cong-dong` `content-giao-duc-khach`

### ③ CÂU HỎI COACH

*? Tuần này tôi có thể cho đi điều gì (kiến thức, thời gian, sự quan tâm)?*

### ④ BÀI TẬP

- [ ] Chọn 1 việc cho đi (bài giáo dục miễn phí / hoạt động cộng đồng) để làm trong tháng.

33

BÀI 33

# Tổng kết & lời cuối

☆ ① TINH TUÝ

Dịch vụ khách hàng là yếu tố đơn giản nhất giúp doanh nghiệp khác biệt & tạo Raving Fan — khiến khách mua nhiều hơn, quay lại & giới thiệu.

Lời cuối: “Không hành động thì không có kết quả.” Đừng tin suông — hãy tự làm, cái gì hiệu quả thì dùng liên tục đến khi thành thói quen. Hai đòn bẩy để đi xa: không ngừng học & đào tạo đội nhóm.

② ỨNG DỤNG THỰC CHIẾN

Biến dịch vụ khách hàng xuất sắc thành lợi thế cạnh tranh cốt lõi; đào tạo ê-kíp & duy trì học tập mỗi ngày.

⚡ NÂNG CẤP BẰNG AI AGENT

Đòn bẩy con người của thời đại này là cả một ĐỘI AI Agent chạy song song. Đó chính là điều AI For CEO Academy trao cho bạn: một bộ não số phục vụ khách không giới hạn.

`chanh-van-phong` `xay-dashboard-dieu-hanh`

③ CÂU HỎI COACH

*? Ba chiêu nào tôi tâm đắc nhất và sẽ thực hành đến khi thành thói quen?*

④ BÀI TẬP

- [ ] Chọn 3 chiêu tâm đắc nhất trong cả cuốn, cam kết thực hành liên tục đến khi thành thói quen.

PHỤ LỤC

# Bộ công cụ tra nhanh

### A · Bảng tra DISC

**D** — Quyền lực: nói ngắn gọn, gợi ý để họ tự quyết. Đừng ra lệnh.

**I** — Ảnh hưởng: kiên nhẫn lắng nghe, khen ngợi. Thành bạn của họ.

**S** — Ổn định: bình tĩnh, xây quan hệ. Khi tin thì rất trung thành.

**C** — Tuân thủ: cần số liệu chi tiết, chính xác, nhiều thời gian.

### B · Kịch bản 60 giây

- Tên + lĩnh vực (5–10s)
- Mở rộng + con số / USP (10–15s)
- Câu chuyện ngắn / mô tả khách mục tiêu (5–10s)
- Kêu gọi hành động — mong được giới thiệu ai
- Nhắc lại tên + nghề (5s)

### C · Xử lý từ chối

- "Đắt" → "Đắt so với gì?" / "Ngân sách của anh/chị bao nhiêu? Tôi tìm phương án phù hợp."
- "Không có thời gian" → "Thời gian nào tiện nhất cho anh/chị?"
- "Để tôi suy nghĩ" → "Ngoài điều đó, anh/chị còn băn khoăn gì nữa không?"

Nguyên tắc: người hỏi giữ quyền chủ động, giữ thái độ ấm áp.

### D · Checklist tăng doanh số

- Ra mắt "mồi câu" + trang đăng ký
- Chủ động xin lời giới thiệu sau mỗi lần phục vụ
- Bộ 5 câu hỏi khai thác nhu cầu + bảng Tính năng→Lợi ích
- Đóng gói 1 "chương trình" có tên, tài liệu
- Quy trình theo dõi sau bán (gọi/nhắn theo mốc)
- Đo tỉ lệ khách đến từ giới thiệu

SỨ MỆNH AI FOR CEO

# Bạn chỉ có 24 giờ. Đội AI Agent của bạn thì không.

Đòn bẩy lớn nhất của người bán hàng luôn là con người. Ở thời đại này, con người ấy có thể là những **trợ lý số không bao giờ ngủ**: tạo mồi câu, nuôi lead, chốt đơn, chăm sóc, biến khách thành fan cuồng — chạy song song, ở quy mô mà một mình bạn không thể.

| 800 | 392 | 30 | ∞ |
|---|---|---|---|
| AI AGENT | KỸ NĂNG | TUYỆT CHIÊU | GIỜ PHỤC VỤ |

Đó là điều tôi xây tại AI For CEO Academy — để mỗi người chủ Việt đều có một "bộ não số" phục vụ khách hàng tử tế và không giới hạn. Sứ mệnh không đổi: **bán bằng trái tim, để mọi người đều thắng.**

*— Lê Văn Cương*

**30 Tuyệt Chiêu Gia Tăng Doanh Số — Thời Đại AI**

Biên tập & nâng cấp AI Agent: Lê Văn Cương · AI For CEO Academy

Nền tảng 30 tuyệt chiêu đúc kết từ khoá học của Phạm Thành Long

Tài liệu học tập nội bộ · Bán hàng là phục vụ