

THACO AUTO

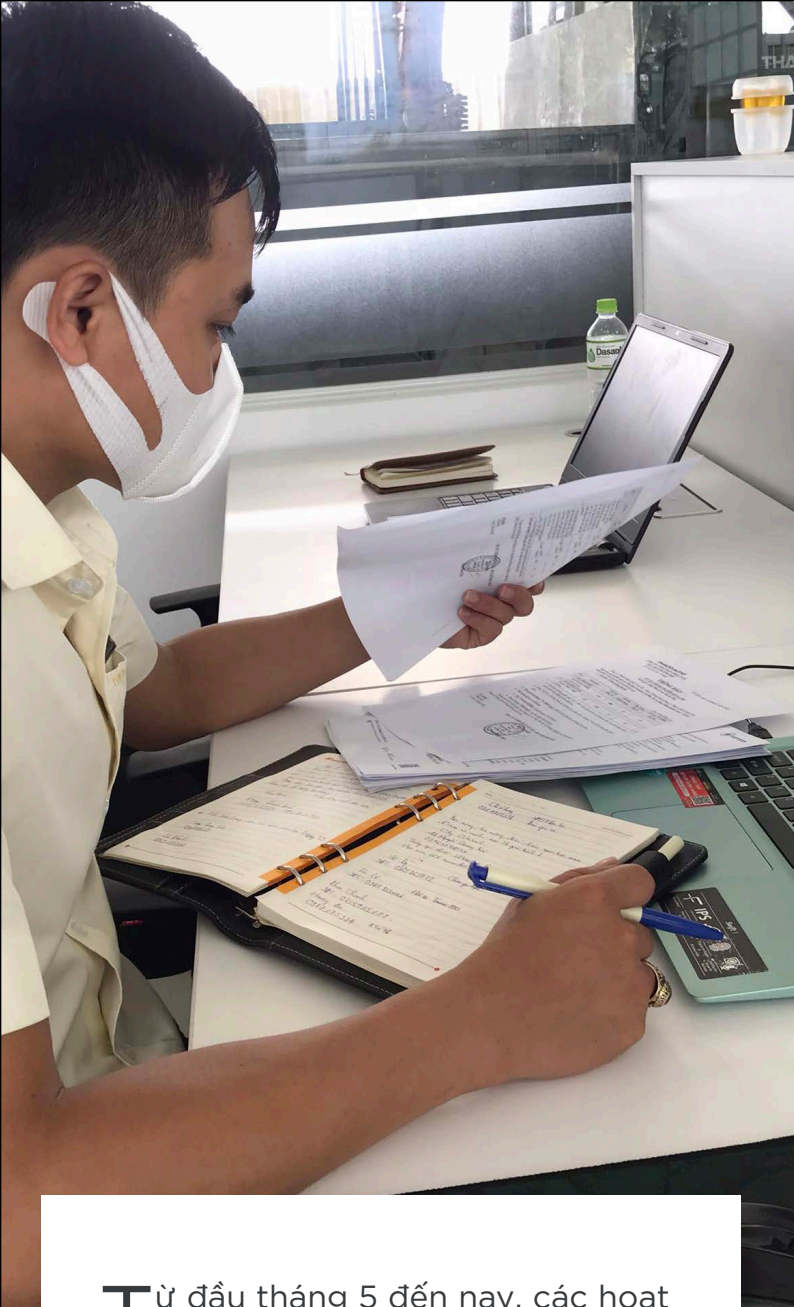
Số 161, ngày 30/7/2021



Bán hàng mùa dịch

TÌM CƠ HỘI MỚI TỪ KHÁCH HÀNG CŨ

Chăm sóc khách hàng cũ, tăng cường tiếp cận online, phát triển kỹ năng, nâng cao chuyên môn, mở rộng kiến thức ...là cách để TVBH của THACO AUTO tăng tính tương tác với khách hàng, chốt được hợp đồng, duy trì hiệu quả công việc trong mùa dịch này.



Cách bán hàng không thay đổi nhưng tập trung vào các hình thức online nhiều hơn là quan điểm của chị Đỗ Kim Ngọc - TVBH BMW Phú Mỹ Hưng. Khi không ra đường chỉ ở nhà, Kim Ngọc vẫn duy trì hoạt động đăng tin online, nhắn tin hỏi thăm các khách hàng để tăng sự tương tác, cũng như tư vấn gửi các video về thông tin sản phẩm cho khách hàng tham khảo. Nếu khách hàng có sự quan tâm hơn, Ngọc sẽ gọi điện ngay để giải đáp các thắc mắc của khách hàng.

"Thời gian ở nhà nhiều, mình thường nghiên cứu thêm các kênh marketing online về xe, nhắn tin chăm sóc khách hàng cũ và mới và học thêm tiếng anh. Với tình hình dịch bệnh kéo dài, tôi còn đăng kí tham gia các khoá học bán hàng online để có thêm nhiều kỹ năng và cũng là điều cần thiết với TVBH lúc này", Kim Ngọc bày tỏ.

Từ đầu tháng 5 đến nay, các hoạt động bán hàng gặp nhiều khó khăn, không còn sôi nổi như trước đó. Tuy nhiên, tháng 6 vừa qua, Dương Tùng Lâm - TVBH Quảng Trị vẫn duy trì doanh số ổn định, đạt 12 xe trên tháng. Kết quả trên nhờ vào mối quan hệ với khách hàng cũ, các khách hàng cá nhân đã đầu tư xe trước đó. *"Hằng ngày, tôi dành thời gian gần 10 giờ để gọi điện và nhắn tin chăm sóc khách hàng cũ. Ngoài ra, tôi còn kết hợp với việc chạy quảng cáo, tập trung vào các dòng sản phẩm đang phổ biến trên thị trường. Tôi cũng tận dụng các kênh online, mạng xã hội để tương tác, hỗ trợ, tư vấn và giữ liên lạc với khách hàng", Lâm cho biết.*





Nguyễn Quang Vinh - TVBH Tải, bus An Lạc cho rằng cần đẩy mạnh các hình thức online để gia tăng lượng khách hàng mới. Hình thức này chiếm 50%, 30% đến từ khách hàng cũ, và 20% còn lại là nguồn khác cùng với sự may mắn. Mỗi ngày, Vinh đều tổng hợp lại danh sách khách hàng tiềm năng và thăm hỏi thường xuyên để nắm bắt kịp thời nhu cầu đầu tư của khách hàng. Vinh chia sẻ: *“Chịu khó lắng nghe và giải đáp ngay khi khách hàng cần. Mình không bán cái mình có mà mình bán cái họ cần.”* Chính điều đó cùng sự chân thành, nhiệt tình mà Vinh được các khách hàng cũ giới thiệu thêm nhiều khách hàng mới.

Chia khách hàng thành 3 nhóm chính: Hot (cơ hội cần nắm bắt ngay) - Warm (ra quyết định mua trong thời gian sắp tới) - Cold (sẽ mua trong dài hạn). Từ đó, phân bổ thời gian tương tác phù hợp là cách mà Phan Thị Thanh Nhân - TVBH MINI Phú Nhuận áp dụng hiệu quả trong mùa dịch này. Thanh Nhân cho rằng cách tiếp cận với

khách hàng rất quan trọng, làm sao đi vào trọng tâm, giải đáp được thắc mắc. Ngoài hiểu biết về xe, Nhân cũng thường xuyên cập nhật tin tức các lĩnh vực khác, nâng cao sự hiểu biết để trò chuyện với khách hàng tốt hơn.

“Mặc dù khách hàng thắt chặt chi tiêu trong giai đoạn dịch bệnh nhưng đây cũng là thời điểm hợp lý để mua xe”, anh Nguyễn Thái Sơn - TVBH Peugeot Quảng Ninh vui vẻ nói. Theo anh, nhu cầu chi tiêu và mua sắm của khách hàng sẽ thắt chặt và có xu hướng hạn chế hơn, tuy nhiên vẫn sẽ có những khách hàng muốn mua ô tô để di chuyển thuận tiện và đảm bảo an toàn cho bản thân và gia đình trong mùa dịch bệnh. Thực tế lượng khách hàng có ít hơn nhưng nhu cầu của khách hàng vẫn rõ ràng. Hiểu được điều đó, anh Sơn đánh mạnh vào tâm lý khách hàng, giúp khách hàng biết được những nhu cầu cần thiết thời điểm này và hài lòng đưa ra quyết định mua xe.



THACO AUTO BẮC GIANG NHẬN BẰNG KHEN CỦA UBND TỈNH VỀ CÔNG TÁC PHÒNG CHỐNG DỊCH COVID-19

Sáng ngày 28/7, THACO AUTO Bắc Giang được UBND tỉnh Bắc Giang trao tặng bằng khen vì những đóng góp tích cực trong công tác phòng, chống dịch Covid-19 trên địa bàn tỉnh.

Nằm trong cụm công nghiệp Dĩnh Kế, TP. Bắc Giang, ngay từ những ngày đầu khi có thông tin, THACO AUTO Bắc Giang đã chủ động triển khai những biện pháp phòng chống dịch bệnh. Với đội phản ứng nhanh được thành lập từ các đợt dịch trước, Ban Lãnh đạo công ty đã lên phương án, bố trí nhân sự làm việc và cập nhật thông tin ngay khi có sự cố xảy ra. CBNV trong đội cũng tích cực kiểm tra việc phòng chống dịch tại các showroom, phòng ban, bộ phận, đảm bảo công tác phòng dịch được thực hiện xuyên suốt.

Bên cạnh đó, THACO AUTO Bắc Giang luôn theo dõi và cập nhật kịp thời các ca F1, F2, chủ động cho nhân sự khai báo y tế và theo dõi cách ly. Công ty còn bố trí nhân sự làm việc phù hợp với tình hình mới; hỗ trợ, tạo điều kiện khi CBNV làm việc tại nhà, đảm bảo đúng tiến độ và hiệu quả.



Với tâm thế không chủ quan, lơ là, công ty vẫn thực hiện nghiêm các biện pháp phòng, chống dịch. Bố trí vách ngăn, phân chia các nhóm nhỏ làm việc đảm bảo giữ khoảng cách giữa các nhân viên, các bộ phận. Hơn nữa, Ban Lãnh đạo công ty đã phối hợp với Trung tâm y tế tổ chức test nhanh vào thứ 3 hàng tuần cho CBNV; tiêm ngừa vaccine cho toàn thể CBNV (trừ các trường hợp dị ứng, mang thai, nuôi con nhỏ); bố trí khoảng 70% số lượng nhân sự thực hiện các công việc cần thiết, các nhân sự làm việc tại nhà vẫn đảm bảo mà không ảnh hưởng đến mục tiêu chung.

BẢN TIN NỘI BỘ

THACO AUTO

Chỉ đạo thực hiện: Nguyễn Thiện Mỹ - Phó Chủ tịch THACO AUTO
Chịu trách nhiệm nội dung: Trần Việt Hưng - GD VHTT THACO AUTO
Biên tập: Việt Trinh, Đinh Ngọc, Thanh Dũng
Thiết kế: Công Lãm
Mọi góp ý xin gửi về email: truyenthong.auto@thaco.com.vn