



# I. Kiểm chứng khách hàng

Đây chính là bước bạn bắt đầu thử bán hàng.



# I. Kiểm chứng khách hàng

\*Cần chuẩn bị sẵn sàng:

- + Bảng giá
- + Bài giới thiệu sản phẩm



\*Đối với khách hàng trực tuyến nên tập trung vào:

- + Giao diện
- + Hình ảnh
- + Video

# I. Kiểm chứng khách hàng

Khi đã chuẩn bị xong là lúc:

- + Bắt đầu giới thiệu sản phẩm
- + Tìm hiểu thị hiếu, đánh giá có bao nhiêu người sẵn sàng mua sản phẩm của bạn.



# I. Kiểm chứng khách hàng

Từ phản hồi của khách hàng, bạn sẽ phát hiện ra các điểm nổi bật của sản phẩm, và từ đó có thể quảng cáo cho sản phẩm theo đúng những gì khách hàng mong muốn nhất.

Vị trí hay chỗ đứng của doanh nghiệp trên thị trường phụ thuộc vào những điểm nổi bật mà doanh nghiệp có thể đem lại cho khách hàng: giá cả, chất lượng, dịch vụ, mẫu mã, công dụng, lợi ích,...





# I. Kiểm chứng khách hàng

Có thể thấy một điều quan trọng sau khi đã xác định được khách hàng là ai, và họ có muốn sử dụng sản phẩm hay không, đó là thực sự có bao nhiêu người sẽ bỏ tiền ra và đem lại nguồn thu cho start-up của bạn.

Nếu như quy mô thị trường không đủ lớn, khả năng thu không đủ bù chi, lỗ vốn, thất bại là hoàn toàn thấy trước được.

# I. Kiểm chứng khách hàng

- Vì vậy, bạn cần thực hiện phân tích cơ hội thị trường trước khi tiến hành các bước phát triển khách hàng tiếp theo.



# I. Phát triển khách hàng

Bạn cần đặt ra các câu hỏi sau:



# I. Phát triển khách hàng

- Bao nhiêu người muốn mua sản phẩm này? Nếu tất cả họ đều mua, thì đây là toàn bộ thị trường hiện có.



# I. Phát triển khách hàng

- Bao nhiêu người thực sự cần, có khả năng sử dụng, và có đủ tiền để mua sản phẩm này? Nếu tất cả những người này mua hàng của bạn thì bạn sẽ thu được bao nhiêu? Đây là thị trường phục vụ được.



# I. Phát triển khách hàng

- Bao nhiêu người sẽ mua sản phẩm trong năm đầu tiên, năm thứ 2, thứ 3? Họ là những ai và họ sẽ đem lại cho bạn bao nhiêu tiền? Đây là thị trường mục tiêu mà bạn cần nhắm tới. ■

# I. Phát triển khách hàng

- Tốc độ tăng trưởng và mức độ ổn định của thị trường? Thị trường này có chiều hướng tăng cao hay giảm sút trong những năm tới?





# I. Phát triển khách hàng

- Bạn có thể trả lời những câu hỏi này bằng cách nghiên cứu báo cáo của các công ty nghiên cứu thị trường có uy tín, chẳng hạn như [Nielsen](#).



# I. Phát triển khách hàng

- Tuy nhiên nghiên cứu thị trường hầu hết sẽ chỉ cho bạn số liệu của những năm đã qua, chứ không giúp bạn tìm hiểu những thay đổi ở hiện tại.
- Cách tốt nhất vẫn là nói chuyện với khách hàng, với kênh phân phối, bán hàng mà bạn sẽ hợp tác, và thậm chí cả những đối thủ tiềm năng nếu có thể.

# I. Phát triển khách hàng

- Bước tiếp theo của quy trình phát triển khách hàng là Tạo ra khách hàng, hay chính là bước hiện thực hóa mô hình kinh doanh trên quy mô của thị trường.
- Đây là giai đoạn startup đi vào thực hiện tất cả các công việc từ sản xuất, marketing, bán hàng, phân phối, xây dựng quan hệ với khách hàng,...

# I. Phát triển khách hàng

- Nếu như sản phẩm của bạn hoàn toàn mới lạ, bạn sẽ cần thời gian để giải thích cho khách hàng hiểu, và mất khoảng 1-2 năm mới thu hút được lượng khách hàng đầu tiên, tuy nhiên lợi thế là bạn chưa phải cạnh tranh với ai.

# I. Phát triển khách hàng

- Nếu thị trường đã tồn tại sẵn và đã có đối thủ cạnh tranh, bạn sẽ phải tìm cách chiếm thị phần bằng việc đưa ra điểm khác biệt nổi bật cho sản phẩm, tấn công vào thị trường ngách, hay cải tiến công nghệ và đưa ra giải pháp mới cho thị trường đó.



# I. Phát triển khách hàng

- Bước cuối cùng là Xây dựng doanh nghiệp, đưa tổ chức và hoạt động của doanh nghiệp đi vào guồng cho các năm tiếp theo. Sau khi đã hoàn tất việc xây dựng bộ máy tổ chức, sẽ không còn gọi là startup nữa mà thay vào đó là một doanh nghiệp thực thụ.

THANK

KELLY-ANNE LETTMAN

DESIGN  
GRAPHIC DESIGNER / ILLUSTRATOR  
YOU!!

