*Hình thức bán hàng*

Có rất nhiều hình thức bán hàng khác nhau mà công ty có thể lựa chọn để bán hàng của mình. Việc lựa chọn đúng hình thức bán hàng rất quan trọng để thực hiện tốt mục tiêu bán hàng.

* *Bán hàng ở cấp giám đốc:* Nhiệm vụ bán hàng được thực hiện bởi giám đốc, giám đốc trực tiếp thỏa thuận và thực hiện hành vi bán hàng với khách hàng của công ty. Hình thức này thường được áp dụng với khách hàng lớn, có trọng điểm và liên quan đến thương vụ, sản phẩm có giá trị cao.
* *Bán hàng ở cấp quản lý:* Nhiệm vụ bán hàng được thực hiện bởi người quản lý bộ phận bán hàng. Trong trường hợp này, quản lý bộ phận bán hàng không chỉ thực hiện kỹ năng quản trị mà còn trực tiếp tham gia vào bán hàng nhằm tận dụng thời gian và kinh nghiệm của người quản lý.
* *Bán hàng theo nhiều cấp:* Nhiệm vụ bán hàng được thực hiện bởi các cấp khác nhau trong hệ thống lực lượng bán hàng của công ty. Trừ trường hợp đặc biệt, trong quá trình bán hàng, các thành viên của lực lượng bán hàng tham gia bán hàng với vai trò như nhau.

Bán hàng cấp quản lý và bán hàng theo nhiều cấp tạo sự cạnh tranh trong nội bộ lực lượng bán hàng, điều này vừa có những điểm thuận lợi và bất lợi do cạnh tranh gây ra.

-  *Bán hàng theo tổ, đội:* Nhiệm vụ bán hàng được thực hiện theo một tổ, hay một nhóm bán hàng gồm nhiều chuyên gia về các lĩnh vực khác nhau tham gia vào việc thực hiện một hoạt động mua bán cụ thể dưới sự chỉ đạo của một tổ trưởng. Hình thức này thường được áp dụng trong việc bán những sản phẩm kỹ thuật cao, thiết bị đồng bộ (một dây chuyền sản xuất, một nhà máy, hay một dự án,…).

- *Bán hàng theo khách hàng trọng điểm:* Việc bán hàng được thực hiện theo ưu thế tỷ lệ vàng trong kinh doanh 80/20 hay 85/15. Hình thức này tập trung nỗ lực vào việc chinh phục nhóm khách hàng trọng điểm của công ty. Thường nhóm khách hàng chủ chốt có thể chỉ 20%-15% trong tổng số khách hàng đó họ đảm nhận 80%-85% doanh số của công ty.

*- Bán hàng đôi bên cùng có lợi:* Còn gọi là quan hệ thương mại hai chiều, hình thức này được thực hiện trên cơ sở quan hệ có đi có lại trong mua bán hàng hóa. Người bán hàng bán hàng hóa cho một người nào đó thì đồng thời cũng mua lại một lượng hàng hóa tương ứng của người đã mua hàng hóa cho mình.

- *Bán hàng theo chiến lược tổ chức*: Nhiệm vụ bán hàng được thực hiện theo mô hình tổ chức lực lượng bán hàng của công ty như bán hàng theo vùng địa lý, bán hàng theo sản phẩm, bán hàng theo nhóm khách hàng.

*- Bán hàng theo kiểu hợp tác*: Là hình thức bán hàng được thực hiện trên cở sở liên kết cùng thực hiện nhiệm vụ bán hàng ở các khía cạnh khác nhau giữa bộ phận bán hàng độc lập trên cùng một vùng hoặc cùng một nhóm khách hàng.

*- Bán hàng qua trung gian*: Là hình thức bán hàng có sử dụng các cơ sở trung gian bên ngoài công ty. Trường hợp này khá phổ biến trong nền kinh tế. Công ty lựa chọn các nhà buôn, các nhà bán lẻ, các đại lý hoặc các nhà môi giới để tiếp tục thực hiện quá trình bán hàng đến tay người tiêu dùng.

*- Bán hàng cá nhân*: Là hình thức bán hàng được thực hiện bởi những người thuộc lực lượng bán hàng trực tiếp mang đến bán tại các gia đình, các quán, các tụ điểm, nơi công cộng….

- *Bán hàng qua điện thoại*: Việc bán hàng sẽ được thực hiện qua hệ thống điện thoại. Khách hàng đặt hàng và thảo luận thương vụ qua điện thoại và có thể nhận hàng tại nhà.

*- Bán hàng qua Internet:* Tương tự như bán hàng qua điện thoại nhưng hiện đại hơn và có khả năng hấp dẫn hơn bởi được cung cấp thông tin về sản phẩm và điều kiện mua hàng tốt hơn.

*- Bán hàng tự phục vụ thông qua các cửa hàng bán hàng tự chọn hay siêu thị:* Là hình thức bán hàng dựa trên cơ sở phát triển khả năng đáp ứng tốt nhất nhu cầu về tự do, thoải mái lựa chọn nhãn mác, nhãn hiệu hàng hóa, tiết kiệm thời gian mua sắm hàng hóa của khách hàng. Khách hàng được trực tiếp tiếp xúc với sản phẩm hàng hóa không cần yêu cầu thông qua nhân viên bán hàng.

*- Bán hàng có sự phục vụ đầy đủ*: Hình thức bán hàng này tương thích với việc đưa sản phẩm hoàn thiện ở mức cao nhất có thể được để đáp ứng một cách tốt nhất và đồng bộ các nhu cầu toàn diện của khách hàng. Hình thức bán hàng có sự phục vụ đầy đủ cung cấp cho khách hàng tất cả các dịch vụ bổ sung trước, trong và sau khi bán hàng.

*- Bán hàng có hỗ trợ sau bán*: Hình thức này đảm bảo cho khách hàng tiếp tục được nhận một số lợi ích nào đó sau khi mua như bảo hành, bảo dưỡng, đổi,… thậm chí là một khoảng thưởng cụ thể khách hàng có được sau khi mua hàng