

1. Giảm giá “giả vờ”: Nếu bạn không muốn hoặc không thể giảm giá vì đó là hàng cao cấp hoặc là khách hàng nghi ngại về chất lượng sản phẩm và dịch vụ sau khi giảm giá, bạn có thể sử dụng phương thức giảm giá “Giả vờ”, chỉ ưu đãi giảm giá một chút ít so với giá trị của sản phẩm.
2. Giảm giá “thanh lý”: Chỉ với 99k, 199k bạn có thể sở hữu tất cả các sản phẩm nào đó nằm trong danh mục giảm giá hoặc “selected items” -giảm giá cho một số mặt hàng cụ thể trong dịp khuyến mại đó. Chiêu này các cửa hàng thời trang rất hay áp dụng khi vào thời kỳ cuối vụ hoặc thời kỳ cạnh tranh cao điểm.
3. Giờ vàng, ngày vàng và tuần lễ vàng: Đây là những chiêu thức mà các nhà bán lẻ vẫn thường áp dụng để thu hút khách hàng mới cũng như khách hàng tái mua sản phẩm tại cửa hàng, siêu thị của mình. Hãng X đưa ra chương trình Giờ vàng giá Shock, chỉ giảm giá một số mặt hàng nhất định vào một giờ cố định, hoặc trong ngày cố định hoặc cả một tuần lễ vàng. Ví dụ như Tuần lễ vàng của hãng LG, SamSung vv... Chiêu này thì hầu hết các nhà bán lẻ đều áp dụng, nhất là các nhà bán lẻ điện máy ở Việt Nam thường xuyên áp dụng.
4. Khuyến mại giá sốc: Mua 1 sản phẩm, tặng 1 sản phẩm cùng mức giá, bán sản phẩm trị giá 499k với giá 10 ngàn đồng v.v... với số lượng hạn chế là những cách mà các cửa hàng bán lẻ hấp dẫn khách hàng nhằm gia tăng sự thu hút của khách hàng và góp phần làm cho khách hàng đến với cửa hàng nhiều hơn.



5. Kỹ thuật đặt giá lẻ: Kỹ thuật đặt giá lẻ do các nhà Bán lẻ lớn trên thế giới đưa ra từ rất lâu, ở VN gần đây mới áp dụng vào công việc kinh doanh. Với mức giá bán lẻ như 14,99 USD cho một sản phẩm thời trang hay 999K cho một sản phẩm thiết bị điện tử được bán tạo cảm giác cho khách hàng cảm thấy được rẻ hơn khi giá bước sang đầu số tiếp theo. Đây cũng là một kỹ thuật khôn ngoan đã được rất nhiều nhà bán lẻ, người làm kinh doanh áp dụng.

6. Giảm giá theo thời gian: Bạn có thể đưa ra chương trình giảm giá theo thời gian nhưng không báo trước cho khách hàng và không tiết lộ cho khách hàng biết. Khách hàng chỉ được biết mức giảm giá của ngày hôm đó. Nhưng giá của bạn luôn giảm theo từng ngày. Ví dụ, bạn có thể đưa ra chương trình giảm giá trong 1 tuần để xả hàng. Ngày đầu tiên bạn giảm giá 10%, ngày thứ 2 bạn giảm giá 20%, ngày thứ 3 bạn giảm giá 30% và tiếp đến ngày thứ 7 bạn giảm giá 70% và bạn bán hết sạch hàng. Mấu chốt của vấn đề là bạn không được tiết lộ cho khách hàng biết trước kịch bản giảm giá.

7. Giảm giá khi mua nhiều sản phẩm: Rất nhiều nhà bán lẻ khi bán 01 sản phẩm họ không giảm giá cho 01 sản phẩm đó, hoặc giảm giá rất ít cho 01 sản phẩm đó. Nhưng họ lại đề ra chương trình giảm giá tới 30%, 40% khi bạn mua từ 02 hoặc 03 sản phẩm cùng loại. Hoặc bạn sẽ được ưu đãi trừ đi một số tiền (30\$, 300k) khi mua từ 2 sản phẩm trở lên.



8. Giảm giá “kép”: Bạn có thể vừa giảm giá theo số % cho khách hàng, đồng thời nếu như hóa đơn của khách hàng đạt một mức thanh toán nào đó (ví dụ 5 triệu đồng) bạn có thể trừ tiếp một số tiền ưu đãi cho khách hàng (giảm giá thêm 500k) hoặc tặng thêm cho khách hàng một món quà nhỏ để khuyến khích khách hàng mua nhiều.

9. Chương trình bốc thăm trúng thưởng: Hiện nay có nhiều nhà bán lẻ tổ chức các chương trình bốc thăm trúng thưởng cho khách hàng tại cửa hàng hoặc tại hệ thống của công ty. Với loại hình này, các cửa hàng bán lẻ có thể đưa ra chương trình bốc thăm may mắn 100% trúng thưởng với các hóa đơn thanh toán có giá trị từ bao nhiêu tiền (ví dụ 500k) trở lên, tất cả các phiếu bốc thăm đều là những phần quà nhỏ giúp cho khách hàng cảm thấy may mắn và kích thích khách hàng thanh toán nhiều hơn cho hóa đơn. Hoặc một số nhà bán lẻ có chương trình quay số dự thưởng trúng những sản phẩm có giá trị cao như ô tô, xe máy, vàng bạc vv... cho cả hệ thống trên toàn quốc ví dụ các ngân hàng với chương trình dự thưởng khi gửi tiền tiết kiệm, siêu thị điện máy với chương trình “vào hè”, “khai trương chi nhánh mới”... Hoặc bốc thăm trúng thưởng ngẫu nhiên trong các sản phẩm như bột giặt OMO, bia lon Hà Nội vào những dịp Tết hoặc những dịp đặc biệt như World Cup bóng đá...



10. Ưu đãi dành cho hội viên: các nhà bán lẻ lớn như trung tâm thương mại, siêu thị và các hệ thống bán lẻ lớn khác thường xuyên áp dụng phương thức này, đó là phát hành thẻ hội viên (miễn phí hoặc có phí) và rồi thực hiện việc ưu đãi, giảm giá cho hội viên của mình. Đối với loại hình này có rất nhiều cách giảm giá, ví dụ như “ngày hội thành viên” – chỉ giảm giá cho thành viên của hệ thống, hoặc là những đặc quyền ưu đãi khác (ưu tiên, tích điểm, đổi quà) cho thành viên, hội viên của các nhà bán lẻ.

11. Khách hàng tự do trả giá: Nhà bán lẻ sẽ lên danh sách các sản phẩm tham gia vào chương trình khuyến mại đặc biệt này. Nhà bán lẻ sẽ đưa ra mức giá trần và mức giá sàn và cả bước giá để cho khách hàng tự do trả giá trong khoảng giá sàn-trần đó nhằm đem lại cảm giác và trải nghiệm mới cho khách hàng, cho phép khách hàng mặc cả nhưng trong mức giá đã ấn định. Thông thường các nhà bán lẻ sẽ nhận được mức giá Sàn bởi vì người tiêu dùng có xu hướng trả giá thấp nhất.

12. Thẻ tích điểm (thẻ VIP, khách hàng trung thành): Các nhà bán lẻ cũng thường xuyên áp dụng hình thức khuyến mại này để gia tăng sự trung thành của khách hàng và khả năng tái mua của khách hàng đối với hệ thống của cửa hàng. Khi khách hàng mua sản phẩm tại cửa hàng nhiều lần, cửa hàng sẽ tặng cho khách hàng một thẻ tích điểm, thẻ tích điểm này sẽ cộng dồn các hóa đơn mà khách hàng đã thanh toán trong một thời gian. Tiếp đến, nhà bán lẻ sẽ đưa ra chính sách tích điểm dành cho khách hàng trung thành bao gồm các ưu đãi, các mức giảm giá khi khách hàng tích điểm. Điều này khiến cho khách hàng trung thành với cửa hàng hơn và mong muốn được nâng hạng thẻ và được ưu đãi nhiều hơn.



13. **Bù tiền thừa** cho khách hàng bằng quà tặng: Hiện nay rất nhiều siêu thị áp dụng hình thức bù tiền thừa cho khách hàng bằng hình thức tặng quà quy đổi tương đương. Ví dụ khách hàng thanh toán 498K cho một hóa đơn và trả 500K cho người thu ngân. Thu ngân có thể trả cho khách hàng một thanh kẹo nhỏ thay vì tiền lẻ.

14. **Làm tròn giá**: Nhiều nhà bán lẻ thường làm tròn giá khi thanh toán hóa đơn cho khách. Ví dụ bạn mua rất nhiều sản phẩm tại một cửa hàng tạp hóa, tổng hóa đơn thanh toán của bạn là 510K, người bán hàng sẵn sàng chỉ lấy của bạn là 500K và nói “thôi em bớt 10 nghìn cho chị”. Đây cũng là một chiêu giảm giá rất khôn ngoan và tỏ ra thân thiện với khách hàng, làm cho khách hàng cảm thấy thích người bán hàng và cửa hàng hơn.

15. **Bán hàng trọn bộ**: Các nhà bán lẻ rất khôn ngoan khi làm tăng sản lượng mua của khách hàng trong một lần mua bằng cách tạo thành các “gói sản phẩm”, “bộ sản phẩm” để bán kèm. Khi mua cả gói sản phẩm, cả bộ sản phẩm, bạn sẽ mua nhiều sản phẩm cùng một lúc với một mức giá ưu đãi hơn so với việc mua lẻ từng sản phẩm.

16. **Dịch vụ miễn phí**: Các nhà bán lẻ hiện đại hiện nay áp dụng rất nhiều các dịch vụ miễn phí nhằm lôi kéo khách hàng đến mua sắm và thăm quan tại cửa hàng/ siêu thị và yên tâm mua sắm. Đồng thời cũng làm gia tăng chất lượng dịch vụ và sự khác biệt của cửa hàng với các đối thủ khác. Ví dụ một trung tâm mua sắm đồ nội thất có không gian trông nom, chăm sóc và cho trẻ em chơi miễn phí để bố mẹ yên tâm chọn đồ, thậm chí trung tâm này còn có cả những quán café nhỏ với đồ ăn và đồ uống rất ngon với giá rất rẻ.



17. Giảm giá hàng tồn kho, hàng bán chậm, hàng lỗi: Đây cũng là cách các nhà bán lẻ bán các sản phẩm ra thị trường nhằm rút vốn và cắt giảm rủi ro. Họ có thể tiến hành thanh lý, xả hàng, hàng trưng bày, hàng mẫu, hàng dùng thử, hàng lỗi v.v... với giá rất rẻ kèm theo những chính sách và lời chỉ dẫn rõ ràng về quyền lợi và nghĩa vụ khi bạn mua hàng (ví dụ không đổi trả, không bảo hành), tất nhiên là với giá bán rất rẻ, và khách hàng cũng hài lòng với những gì mình mua được.

18. Tri ân khách hàng: Các nhà bán lẻ thường xuyên áp dụng chiêu thức này để “tri ân khách hàng” nhằm tạo ra các chương trình khuyến mại đặc biệt cho từng khách hàng, ví dụ như vào ngày sinh nhật của khách hàng, khách hàng có quyền ưu tiên mua hàng giảm giá tại cửa hàng, trong khi những khách hàng khác vẫn phải mua với giá gốc.

19. Khuyến mại ra mắt sản phẩm mới: Một số hãng bán lẻ và nhà sản xuất khi ra mắt sản phẩm mới, họ có thể cho ra đời chương trình khuyến mại là dùng thử hoặc quyền mua sản phẩm giá rẻ với số lượng hữu hạn người mua đầu tiên. Với phương thức này, rất nhiều khách hàng đã thức đêm để đợi được mua các sản phẩm mới với giá rất hời.

20. Dịch vụ tư vấn miễn phí: Các nhà bán lẻ hiện nay còn sử dụng các chuyên gia để tham gia bán hàng và tăng uy tín với người tiêu dùng. Nếu bạn mua các sản phẩm thời trang, sẽ có nhà thiết kế tư vấn về việc mix đồ, nếu bạn mua các sản phẩm dinh dưỡng sẽ có chuyên gia dinh dưỡng tư vấn, nếu bạn mua mỹ phẩm sẽ có chuyên gia trang điểm bán hàng cho bạn v.v... Đây thực chất cũng là một hình thức bán hàng khuyến mại cao cấp.



21. So sánh giá: Rất nhiều nhà bán lẻ treo biển “chúng tôi bán sản phẩm X rẻ nhất Hà Nội”. Đây cũng là một lời cam kết giảm giá của các nhà bán lẻ nhằm thu hút người tiêu dùng đến mua các sản phẩm tại cửa hàng của mình. Phương thức này cũng rất dễ áp dụng và dễ dàng thành công, bởi ngày nay người tiêu dùng luôn quan tâm đến giá.

22. Nguyên tắc 80-20: 20% mặt hàng bán chạy nhất hoặc những mặt hàng trùng lặp/ giống với cửa hàng khác thường được bán với giá cạnh tranh hơn hoặc giá rẻ hơn các đối thủ. 80% mặt hàng còn lại có thể có giá ngang bằng hoặc cao hơn so với đối thủ. Nguyên tắc kinh điển này khiến cho khách hàng dễ dàng tin tưởng rằng cửa hàng của bạn luôn bán những giá tốt nhất.

23. Luôn THÊM chứ không BỐT: Đây là một nguyên tắc đơn giản nhưng không phải nhà bán lẻ, người làm kinh doanh nào cũng làm được. Bạn có thể định giá một khóa học cố định, sau đó bạn sẽ tặng thêm cho khách hàng cuốn sách, cẩm nang nghề nghiệp, phần mềm hỗ trợ, các dịch vụ đi kèm trước-trong và sau bán, các cơ hội nghề nghiệp, cam kết hỗ trợ v.v... để khách hàng nhận được nhiều hơn.

24. Khuyến mại ngẫu nhiên: chọn lọc khách hàng có chủ đích hoặc tập khách hàng ngẫu nhiên để gửi chương trình khuyến mại đến tập khách hàng đó mà không phải tất cả các khách hàng. Ví dụ như Viettel nhắn tin sms thông báo cho các chủ thuê bao chương trình Khuyến mại, không phải tất cả các thuê bao đều cùng nhận được tin nhắn khuyến mại cùng một thời điểm.



25. So sánh giá: Các nhà bán lẻ có thể dùng phương thức so sánh giá để cho khách hàng cảm thấy sản phẩm của họ thật sự rẻ hơn các đối thủ hoặc thật sự cao hơn nhưng đánh vào yếu tố chất lượng. Việc so sánh giá này có thể kết hợp với việc trưng bày các sản phẩm khác để giúp khách hàng dễ so sánh về giá và về chất lượng của sản phẩm.

26. Cải tiến sản phẩm và mẫu mã sản phẩm nhưng vẫn giữ nguyên mức giá bán: điều này khiến cho khách hàng cảm thấy sản phẩm đang được rẻ đi và khách hàng nhận được nhiều giá trị hơn trong khi chi phí của nhà sản xuất và nhà bán lẻ không hề tăng hơn nhiều.

27. Tặng phiếu mua hàng, phiếu giảm giá: Hình thức này là một hình thức khuyến mại mà các nhà bán lẻ cũng thường xuyên áp dụng và đem lại được rất nhiều lợi ích. Bạn chuẩn bị khai trương cửa hàng mới? Ra mắt sản phẩm mới? Bạn hãy tặng phiếu mua hàng giảm giá đặc biệt cho khách hàng nhân dịp khai trương hoặc ra mắt sản phẩm mới. Hoặc bạn có thể tặng phiếu mua hàng giảm giá cho khách hàng sử dụng vào những lần tiếp theo. Hoặc phiếu mua hàng có giá trị giảm giá trong nhiều lần.

28. Mua sản phẩm tặng kèm dịch vụ hoặc hỗ trợ dịch vụ: Bạn mua xe máy, bạn được nhà bán lẻ hỗ trợ tiền đăng ký xe; bạn mua ô tô, bạn được tặng miễn phí một khóa đào tạo lái xe, một gói bảo hiểm xe cơ giới; bạn mua quần áo bạn được tặng dịch vụ giặt là miễn phí trọn đời cho sản phẩm được mua đó...



29. Khuyến mại Win-Win: Bạn có thể không giảm giá và sản phẩm dịch vụ của mình, nhưng bạn có thể khuyến mại cho khách hàng sản phẩm và dịch vụ hoặc phiếu giảm giá của đối tác, bạn hàng mà bạn có chung tập khách hàng. Ví dụ, bạn bán giày dép dành cho trẻ em, bạn có thể tặng vé dịch vụ spa miễn phí cho các khách hàng nữ giới.

30. Khuyến mại cho đối tác: Bạn có thể ký các chương trình khuyến mại ưu đãi dành riêng cho các khách hàng của đối tác. Đây cũng là những hình thức khuyến mại ưu đãi mà các nhà bán lẻ điện máy, thời trang, thực phẩm thường xuyên áp dụng rất thành công. Ví dụ, nhà bán lẻ X sẽ giảm giá ưu đãi cho khách hàng là chủ thẻ của ngân hàng Y.



**BIG
SALE**



0914.930.339

31. Khuyến mại “đa cấp”: Các nhà bán lẻ có thể áp dụng công thức bán hàng đa cấp vào hoạt động bán lẻ truyền thống, bằng cách đưa ra chương trình khuyến mại cho khách hàng B nếu như khách hàng B được khách hàng A giới thiệu đến mua hàng. Điều này làm cho cả khách hàng A và khách hàng B đều cảm thấy hài lòng và gia tăng thêm khách hàng mới cho cửa hàng.

32. Dịch vụ cao cấp cho sản phẩm bình thường: Một quán bia bình dân, tuyển dụng nhân viên phục vụ theo tiêu chuẩn “hotgirl”, mặc đồng phục và trang điểm như “tiếp viên hàng không”, giao tiếp và thái độ phục vụ rất nhã nhặn. Kết quả là quán bia luôn luôn đông khách và khách hàng rất hài lòng về dịch vụ của quán.

33. Sản phẩm/ Dịch vụ dùng thử: Đây cũng là một hình thức khuyến mại mà các nhà bán lẻ luôn sử dụng để áp dụng mỗi khi tung sản phẩm mới ra thị trường. Các nhà bán lẻ cho phép khách hàng dùng thử dịch vụ, thậm chí là dùng thử trong thời gian dài trước khi khách hàng có thể ra quyết định mua sản phẩm đó.

34. Khuyến mại vào những dịp đặc biệt: Các nhà bán lẻ luôn có kế hoạch trong đầu về tất cả những ngày lễ có thể khuyến mại được cho khách hàng: Tết Nguyên đán, Lễ tình yêu 14/2; Quốc tế Phụ nữ 8/3; Tết Độc lập 30/4; Tết Thiếu Nhi 1/6; Ngày thầy thuốc Việt Nam, Ngày khai trường; Ngày Phụ nữ Việt Nam, Ngày Nhà giáo Việt Nam, Noel, Lễ Tạ Ơn, các chương trình sinh nhật công ty, khai trương cửa hàng v.v...



35. Luôn luôn giữ chữ tín với khách hàng: đây là một hình thức khuyến mại đặc biệt nhất, các nhà bán lẻ luôn luôn cần ghi nhớ phải giữ chữ tín với khách hàng. Bán đúng giá, bán đúng chất lượng, không làm ăn gian dối với khách hàng, bán đúng cam kết, giữ lời hứa về các dịch vụ trước-trong-và sau bán với khách hàng v.v... thì đó chính là hình thức Khuyến mại tuyệt vời nhất.

