

# Basho Email

*“Vũ khí” bí mật của sales B2B*



**MỤC LỤC**

|  |    |
|--|----|
| Lời mở đầu   | 1  |
| Phần 1: Basho email là gì?                         | 2  |
| Phần 2: Tại sao nên sử dụng Basho email            | 3  |
| Phần 3: Xây dựng cấu trúc một Basho email hiệu quả | 6  |
| Mẹo: Tìm email cá nhân thông qua LinkedIn          | 8  |
| Xây dựng chuỗi Basho email                         | 12 |
| Phần 4: Một số mẫu Basho email hiệu quả            | 14 |
| SlimCRM - Phần mềm hỗ trợ bán hàng B2B hiệu quả    | 24 |
| Lời kết  | 25 |
| Tài liệu tham khảo                                 | 26 |

# Lời mở đầu

Việc gửi cold email để liên hệ với các khách hàng tiềm năng mà bạn không biết hoặc chưa gặp bao giờ thường là công việc rất khó. Để nhận lại phản hồi thường không dễ dàng gì, vì cold email thường sẽ bị bỏ qua hoặc bị đưa vào mục spam.

Tuy vậy, trung bình tỷ lệ phản hồi của cold email là 30%. Để thực hiện được những chiến dịch cold email hiệu quả, doanh nghiệp cần có một chiến lược vững chắc, nghiên cứu kỹ lưỡng các nội dung email. Và, có một sự thật là 88% người có nhiều khả năng sẽ trả lời các email nếu cảm thấy các email đó được viết một cách cụ thể dành cho họ.

Vậy làm thế nào để gửi được một email mang tính cá nhân hóa khi không có thông tin liên hệ? Giải pháp cho câu hỏi này đã được tìm ra - giờ đây, các nhân viên sales sử dụng Basho email như một “vũ khí” hữu ích để liên hệ với khách hàng.

Trong e-book dưới đây, hãy cùng SlimCRM tìm hiểu

- Định nghĩa về Basho email
- Những lợi ích mà Basho email mang đến cho doanh nghiệp
- Các bước để viết một Basho email hiệu quả
- Một số mẫu Basho email



# Phần 1: Basho email là gì?

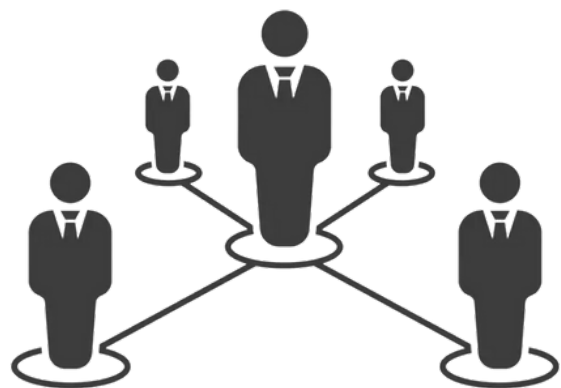
Basho email là email hướng tới đúng đối tượng và có tính cá nhân hóa cao, thường được gửi trực tiếp đến những người thuộc cấp quản lý hoặc giữ vai trò là người đưa ra quyết định trong doanh nghiệp, với mục đích là có thể sắp xếp một cuộc gặp hoặc gọi điện với họ, hay ít nhất là có thể bắt đầu trò chuyện.

Basho email tương tự, và có thể được coi là một dạng cold email (những email được gửi đến các khách hàng tiềm năng dù họ không biết đến doanh nghiệp), nó giúp nhân viên sales thu hút được sự chú ý của các khách hàng tiềm năng bằng cách thể hiện sự thấu hiểu về nhu cầu và “nỗi đau” của khách hàng.

Thuật ngữ Basho email được tạo ra bởi Jeff Hoffmann, một người đào tạo bán hàng, một doanh nhân nổi tiếng, người đã sáng lập công ty Basho. Ông đã tư vấn cho các doanh nghiệp hàng đầu trong các ngành khác nhau trên khắp thế giới về các chủ đề bán hàng, quản lý bán hàng và vận hành bán hàng.

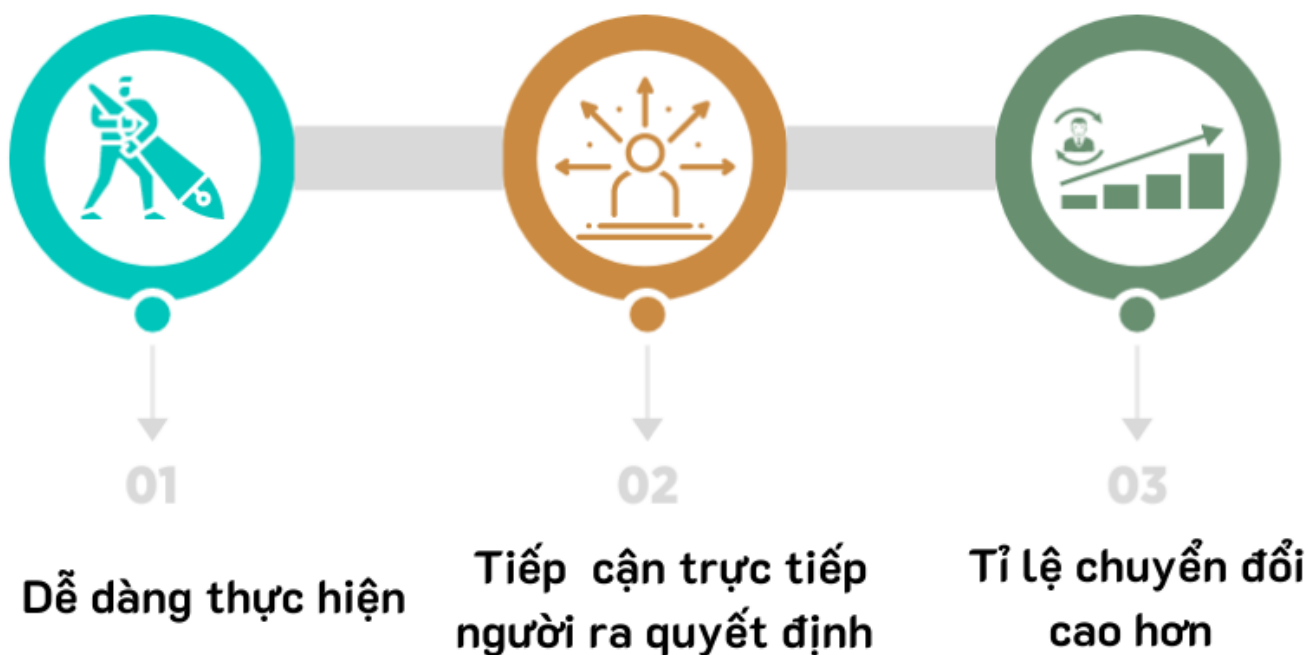
## Basho email

“Thường được gửi trực tiếp đến những người thuộc **cấp quản lý** hoặc giữ vai trò là **người đưa ra quyết định** trong doanh nghiệp”



# Phần 2: Tại sao nên sử dụng Basho email?

## Lợi ích của Basho Email



Việc thêm tính cá nhân hóa vào một cold email thường có khả năng thu hút được sự chú ý của các khách hàng tiềm năng và nhận được phản hồi. Việc triển khai Basho email trong các chiến dịch cold email sẽ giúp doanh nghiệp cá nhân hóa các email đó và mang đến những lợi ích dưới đây

## 1. Thực hiện dễ dàng

Basho email có thể được triển khai một cách nhanh chóng và hiệu quả. So sánh với các chiến lược khác cần đến công cụ, đào tạo và thử nghiệm thì Basho email không yêu cầu khắt khe như vậy.

Thủ thuật Basho chỉ bao gồm một vài bước về nghiên cứu và viết email, không cần đến bất kỳ kỹ năng đặc biệt nào. Doanh nghiệp chỉ cần nắm được những nguyên tắc cơ bản để soạn ra một Basho email. Vì dễ hiểu được Basho sẽ đơn giản hơn nên việc triển khai và áp dụng cũng sẽ không gặp quá nhiều khó khăn.

## 2. Liên lạc trực tiếp và nhanh chóng với những người ra quyết định

Mục tiêu của Basho email là liên hệ, kết nối với những người ra quyết định. Nó giúp bạn trình bày một cách rõ ràng, súc tích và nhận được sự chú ý từ họ. Điều này sẽ giảm việc phải thông qua những người trung gian và khiến quy trình bán hàng trở nên nhanh hơn.

Kỹ thuật này tập trung vào việc nghiên cứu và thấu hiểu về các người ra quyết định trong doanh nghiệp hơn bất kỳ ai khác. Liên hệ với những người ra quyết định thông qua Basho email sẽ tăng cơ hội nhận được phản hồi và kết nối với họ.



### 3. Tăng tỷ lệ chuyển đổi để tăng doanh thu

Một số công ty đã áp dụng Basho email vào chiến lược bán hàng của họ và nhận được tỷ lệ phản hồi lên đến 65%. Thông thường, tỷ lệ phản hồi sẽ tăng khi bạn hiểu và giải quyết được những “nỗi đau” của những người ra quyết định trong doanh nghiệp. Sự thấu hiểu này sẽ giúp bạn nuôi dưỡng và xây dựng mối quan hệ với họ.

Dù đôi khi, Basho email không thể chắc chắn chuyển đổi khách hàng tiềm năng thành những người mua hàng của doanh nghiệp nhưng về lâu dài, nó có thể tạo ra những cơ hội với các khách hàng tiềm năng tương tác trở lại hoặc được giới thiệu.



# Phần 3: Xây dựng cấu trúc một Basho Email hiệu quả

**01** | Tiến hành nghiên cứu

**02** | Tiêu đề email hấp dẫn

**03** | Câu hook mang tính cá nhân hóa

**04** | Làm nổi bật những điểm đặc biệt

**05** | Đưa ra "call to action" cụ thể



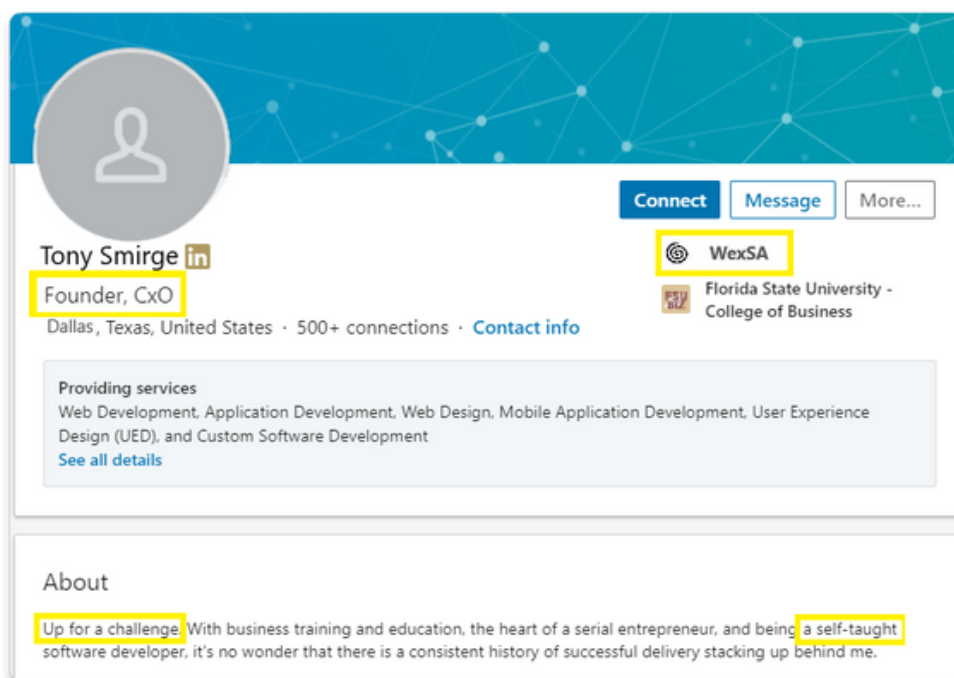


## Bước 1: Tiến hành nghiên cứu chi tiết

Abraham Lincoln đã từng nói: “Nếu cho tôi 6 tiếng để chặt một cái cây thì tôi sẽ dành 4 tiếng đầu tiên để mài rìu.” Và khi triển khai Basho email, bạn cần dành nhiều thời gian nhất cho việc nghiên cứu khách hàng tiềm năng hơn là viết email.

Hãy nghĩ đến những người mà bạn định gửi email đến. Bạn có thể tìm kiếm các tài khoản mạng xã hội của họ, chẳng hạn như các thông tin trên LinkedIn hay Facebook. Chú ý đến các thông tin cá nhân và các hoạt động của họ, bạn cũng nên chú ý đến thông tin về công ty của họ. Bạn có thể tìm được những thông tin giá trị như sản phẩm của công ty họ, các sự kiện gần đây và kế hoạch phát triển, từ đó có thể biết liệu họ có phù hợp với sản phẩm và dịch vụ của họ hay không. Hãy cố gắng tìm hiểu càng nhiều thông tin càng tốt, tất cả những thông tin này sẽ giúp bạn cá nhân hóa email tốt hơn.

Chẳng hạn trong ví dụ dưới đây, khi nhìn vào hồ sơ LinkedIn của một khách hàng tiềm năng, Tony Smirge, bạn có thể thấy được vị trí, tên công ty, cũng như một vài mô tả về tính cách mà bạn có thể sử dụng để bắt đầu xây dựng Basho email để liên hệ với khách hàng tiềm năng.





## Mẹo: Cách tìm email cá nhân thông qua LinkedIn

### 1. Tìm email thông qua hồ sơ trên LinkedIn

Cách dễ dàng nhất để tìm email cá nhân của một người là gửi cho họ yêu cầu được kết nối, sau khi họ đồng ý yêu cầu của bạn bạn có thể xem được hồ sơ LinkedIn của họ.

Trên trang cá nhân của họ, chọn **Contact Info**, tại đây bạn có thể tìm thấy email cá nhân của họ nếu họ để công khai. Ngoài ra, có rất nhiều người để email cá nhân của họ ngay trên phần giới thiệu hoặc trên ảnh bìa, hãy kiểm tra những mục này.

### 2. Sử dụng các công cụ tìm email

- ContactOut (Miễn phí)

Tìm kiếm và cài đặt tiện ích mở rộng ContactOut từ Chrome Web Store.

Khi bạn di chuyển đến trang cá nhân trên LinkedIn của một người, ContactOut sẽ tự động cho bạn thấy các thông tin liên hệ.

Cùng với đó, Contact Out sẽ cung cấp cho bạn 20 tìm kiếm và 50 liên hệ mỗi tháng. Bạn có thể nâng cấp với phiên bản trả phí để có được nhiều liên hệ và chức năng hơn nữa.

- GetProspect (Miễn phí)

Công cụ giúp xác định email với các dữ liệu công ty và các liên hệ B2B một cách chính xác. Giúp bạn tìm email của các khách hàng mục tiêu thông qua các thông tin như chức danh, vị trí, ngành, quy mô công ty và một số bộ lọc khác.

- Hunter (Miễn phí)

Hunter Email Finder Tool giúp bạn tìm được các thông tin email dựa trên thông tin từ các nền tảng khác nhau. Bạn chỉ cần nhập tên đầy đủ và tên công ty họ đang làm việc, Hunter sẽ cung cấp cho bạn các địa chỉ email nếu chúng được công khai.

Hunter cung cấp cho bạn 25 lượt tìm kiếm và 50 lượt xác minh email mỗi tháng

Ngoài ra, bạn có thể tham khảo các [công cụ tìm kiếm email](#) khác



### 3. Tra cứu trong LinkedIn Sales Navigator

LinkedIn Sales Navigator cho phép bạn truy cập vào nhiều thông tin hơn về các hồ sơ LinkedIn mà bạn không kết nối cùng. Công cụ này sẽ cho bạn biết tên công ty họ đang làm, cùng với đó là tên của họ, đó là tất cả những gì bạn cần để có được email từ LinkedIn, thông thường, các bạn sẽ tìm được email thông qua hai thông tin này.

LinkedIn Sales Navigator là một công cụ tạo lead giúp bạn thực hiện các tìm kiếm nhằm đúng mục tiêu, nó sẽ không cung cấp email cho bạn một cách trực tiếp, nhưng nó hoạt động như một công cụ tìm kiếm lead, giúp bạn tìm ra những khách hàng tiềm năng chính xác, chất lượng.

Dưới đây là các bước bạn có thể dựa vào LinkedIn Sales Navigator để tìm email:

- Thực hiện tìm kiếm trên LinkedIn Sales Navigator, so sánh với tài khoản LinkedIn thông thường. LinkedIn Sales Navigator giúp bạn thấy được nhiều thông tin về các tài khoản, ngay cả những tài khoản mà bạn không kết nối.
- Khi bạn biết tên công ty, hãy tìm kiếm trên Google để thấy được tên miền website của công ty
- Gõ tên khách hàng tiềm năng và tên miền website công ty của họ trên thanh tìm kiếm của Google để xem liệu có thể tìm email của họ thông qua Google hay không

### 4. Tìm kiếm email theo cách thủ công

Đôi khi, các công cụ cũng không thể tìm ra được email chính xác của khách hàng tiềm năng mà bạn đang nhắm tới. Trong trường hợp này, bạn có thể đoán email dựa trên tên khách hàng và tên công ty của họ. Một số dạng email công việc phổ biến

- tên@têncôngty.com
- tên.họ@têncôngty.com
- họtên@têncôngty.com

Sau đó bạn có thể sử dụng các công cụ tìm email kể trên để kiểm tra sự chính xác của các email đó.



## Bước 2: Tạo tiêu đề email hấp dẫn

Các khách hàng tiềm năng thường sẽ chú ý đến tiêu đề trước khi họ mở một email. 47% mọi người mở email dựa vào tiêu đề, vì vậy hãy tạo ra một tiêu đề hấp dẫn và mang tính cá nhân hóa đủ để thôi thúc các khách hàng tiềm năng mở email, đặc biệt khi các khách hàng mà bạn hướng tới là những người giữ chức vụ quan trọng, sẽ mất một vài giây để họ quyết định liệu email này có đáng để mở hay không.

Dòng chủ đề của Basho email nên có liên quan đến khách hàng tiềm năng và những “nỗi đau” của họ. Thêm vào những yếu tố này sẽ giúp bạn thu hút được sự chú ý của khách hàng tiềm năng. Dòng chủ đề cũng cần phải cụ thể và trực tiếp, tránh những cụm từ nghe quá thân thiết hoặc mang cảm giác đang bán hàng.

Chẳng hạn, nếu bạn đang muốn cung cấp một giải pháp giúp công ty bạn đang tiếp cận phát triển sản phẩm của họ thì trong tiêu đề, bạn nên nhấn mạnh về mục tiêu của công ty hơn là giới thiệu những gì bạn cung cấp.

Bạn cũng có thể thêm tên của khách hàng tiềm năng vào tiêu đề để tăng tính cá nhân hóa. Nhưng cần phải lưu ý rằng, hãy viết đúng tên của khách hàng tiềm năng.

### Ví dụ

“[Tên của khách hàng tiềm năng], sẽ thế nào nếu [vấn đề của khách hàng tiềm năng] được giải quyết?”

hoặc

“[Tên của khách hàng tiềm năng], hãy cùng nói về việc hoàn thành các mục tiêu tài chính của bạn trong năm 2023”



### **Bước 3: Soạn câu hook mang tính cá nhân hóa**

Tính cá nhân hóa chính là cốt lõi của Basho email. Khi cá nhân hóa email, khách hàng tiềm năng sẽ thấy được những nỗ lực của bạn trong việc hiểu họ. Bạn cần phải thú hút được sự chú ý và thể hiện rằng bạn hiểu những vấn đề mà họ đang gặp phải.

Một câu mở đầu thu hút là sự kết hợp giữa tính cá nhân hóa và giải quyết vấn đề. Vì vậy, hãy đi sâu vào tìm hiểu bằng tin các trang mạng xã hội của khách hàng tiềm năng, trang web của công ty họ để biết liệu gần đây họ có đang thảo luận, lo lắng về vấn đề gì, và giải pháp bạn định cung cấp có giải quyết được những vấn đề đó hay không.

Và hãy nhớ rằng câu mở đầu của bạn cần có liên quan đến câu chủ đề mà bạn đã viết ở trên.

### **Bước 4: Làm nổi bật những điểm đặc biệt trong sản phẩm hoặc dịch vụ**

Mục tiêu của bước này là: “buộc” nỗi đau của khách hàng tiềm năng với giải pháp của bạn. Đề cập đến một vài vấn đề mà khách hàng đang cố gắng khắc phục, chọn ra một vấn đề và tập trung vào đó. Việc xoáy sâu vào một vấn đề và giải quyết thường sẽ tốt hơn là cố gắng giải quyết tất cả vấn đề.

Hãy nghĩ đến những giá trị mà sản phẩm hoặc dịch vụ của bạn có thể mang đến cho doanh nghiệp của khách hàng, đưa ra lộ trình để đi đến thành công cho khách hàng tiềm năng. Cung cấp cho khách hàng tiềm năng nhưng tài liệu, nguồn tài nguyên có giá trị mang lại lợi ích cho họ, giúp họ giải quyết một vài vấn đề nhỏ.

Việc cho họ thấy rằng bạn hiểu công ty, hiểu nỗi đau và mong muốn giúp đỡ họ có thể giúp bạn xây dựng niềm tin, mối quan hệ vững chắc với khách hàng.



## Bước 5: Đưa ra “Call to action” rõ ràng

Khi bạn đã thuyết phục được khách hàng tiềm năng để họ đọc email, giờ là lúc thúc đẩy hành động của họ. Việc thêm CTA sẽ giúp khách hàng tiềm năng biết cần phải làm gì để chuyển sang bước tiếp theo.

Đưa ra một CTA cụ thể, rõ ràng và dễ hiểu về những gì mà bạn muốn khách hàng tiềm năng thực hiện, chẳng hạn như đặt lịch hẹn hay một cuộc gọi, cùng với các thông tin cụ thể về thời gian, địa điểm để khách hàng tiềm năng của bạn không phải suy nghĩ quá nhiều, họ chỉ cần trả lời có hoặc không.

### Xây dựng chuỗi Basho email

Bất kỳ chiến lược Basho email nào cũng nên là một phần của một chuỗi. Các nhân viên kinh doanh có thể sử dụng Basho email để tiếp cận những người ra quyết định hàng đầu.

#### 1. Liên hệ lần đầu

Lần đầu tiên khi bạn liên hệ với một khách hàng tiềm năng, hãy sử dụng công thức mà chúng tôi đã đề cập ở trên. Nghiên cứu về khách hàng tiềm năng, cá nhân hóa email, ngắn gọn, đưa ra CTA rõ ràng

#### 2. Follow up cùng các giá trị bổ sung

Nếu như bạn không nhận được phản hồi, hãy thêm vào một vài thứ để khiến thỏa thuận trở nên hấp dẫn hơn.

Điều này được coi là các giá trị bổ sung khi bạn gửi cho các khách hàng tiềm năng một điều gì đó hoặc kết nối họ với nguồn tài nguyên có thể giúp đỡ họ, điều này sẽ khiến họ thấy rằng bạn đã và đang tìm hiểu và mong muốn giải quyết các vấn đề của họ. Bên cạnh đó, hãy đảm bảo rằng các giá trị bổ sung không khác với vấn đề mà bạn đã đề cập trong email đầu tiên.



### 3. Gửi 1-2-3 email

Có 3 nguyên tắc dành cho các email 1-2-3

- Liên quan
- Đi nhanh vào vấn đề
- Khiến khách hàng có thể phản hồi một cách dễ dàng

1-2-3 email vẫn hoạt động rất tốt vì chúng giúp khách hàng của bạn tìm ra được vấn đề lớn nhất của họ thay vì tự nói với họ.

Xin chào Phil,

Tôi vẫn chưa nhận được phản hồi nào từ bạn. Điều này chỉ có 3 khả năng

1. Bạn đã lựa chọn một giải pháp khác
2. Đây không phải vấn đề bạn ưu tiên ngay lúc này
3. Bạn đang trong kỳ nghỉ dưỡng

Bạn chỉ cần chọn một số và trả lời để tôi hiểu chuyện gì đang diễn ra, sau đó thực hiện những hành động phù hợp (nếu cần thiết)

Cảm ơn bạn,  
Steli

**B** *I*    

<>

### 4. Khéo léo trong email kết thúc

Email kết thúc. Đây là cơ hội cuối cùng cho bạn để thu hút khách hàng tiềm năng. Và có thể bạn không ngờ rằng, đây là một trong những kiểu email hữu ích nhất khi “theo đuổi” khách hàng. Tất cả những gì bạn cần làm là nhắc khách hàng rằng bạn đã sẵn sàng rời đi, đảo ngược tình thế, đưa họ vào thế khó xử.

Điều này khiến khách hàng tiềm năng phải suy nghĩ: liệu họ có cần sự trợ giúp từ bạn hay không?



# Phần 4: Một số mẫu Basho email hiệu quả

## 1. Để follow một CXO của công ty startup SaaS

Mẫu 1:

Tiêu đề: Thật là một bài viết hay trên [tên website] nhưng tôi muốn biết rõ hơn về [một luận điểm cụ thể]

Xin chào [tên khách hàng tiềm năng],

Tôi mới đọc [bài báo/bài viết] của bạn trên [tên website] về [vấn đề] và tôi rất tâm đắc với những luận điểm mà bạn đưa ra về [x] và [y].

Tôi gửi email này vì muốn được nghe nhiều hơn về [một luận điểm cụ thể], đây là điều mà công ty tôi [tên công ty] thường xuyên đào tạo cho các CXO, đặc biệt trao quyền cho các nhân viên sales, marketing để mang đến nhiều giá trị hơn cho khách hàng.

Bạn có sẵn sàng cho một cuộc gọi để thảo luận sâu hơn không? Một cuộc gọi vào Thứ 6 lúc 10h sáng có được không?

Rất mong được kết nối với bạn  
[Tên của bạn]





## Mẫu 2:

Tiêu đề: [Tên công ty] có cần giúp đỡ với thị trường Việt Nam không?

Xin chào [tên khách hàng tiềm năng],  
Tôi mới đọc được một bài báo trên [tên website] rằng công ty bạn vừa hoàn thành vòng gọi vốn series B. Chúc mừng bạn.  
Trong bài báo có đề cập rằng [công ty của khách hàng] đang tìm cách mở rộng tại thị trường Việt Nam với số vốn này. Công ty của chúng tôi chuyên giúp các thương hiệu như bạn tìm được chỗ đứng và giới thiệu các CXO tại thị trường Việt Nam để thương hiệu có thể đạt được thành công.

Tôi rất mong có thể thảo luận sâu hơn về cách chúng ta có thể hợp tác cùng nhau. Bạn có rảnh để thực hiện một cuộc gọi vào 11h sáng thứ ba không?

Cảm ơn bạn,  
[Tên của bạn]



## Mẫu 3:

Tiêu đề: Hẳn là đang có một lễ ăn mừng tại trụ sở của [tên công ty khách hàng]

Trước tiên, xin chúc mừng công ty bạn đã bắt đầu phát hành cổ phiếu. Tôi rất muốn nghe về cách công ty bạn đã đánh dấu ngày trọng đại này tại trụ sở của [tên công ty khách hàng].

Bắt đầu từ bây giờ, công chúng sẽ để mắt tới công ty của bạn nhiều hơn nữa, vì vậy việc khiến cho khách hàng hài lòng là một trong những mục tiêu hàng đầu của công ty bạn. Chúng tôi đã cùng làm việc với [tên một công ty khác] để quản lý kỳ vọng của người tiêu dùng và giúp công ty họ đi đúng hướng sau lần đầu IPO thành công của họ.

Bạn có muốn chúng tôi giúp đỡ bạn và [tên công ty khách hàng] giải quyết vấn đề đó không?

Hãy liên hệ với tôi nếu bạn có thể thảo luận thêm qua điện thoại vào 11h sáng thứ tư

Cảm ơn bạn,  
[Tên của bạn]



## Mẫu 4:

Tiêu đề: Tôi mới đọc về [vấn đề của khách hàng] và muốn kết nối

Xin chào [tên khách hàng tiềm năng],

[Tên một liên hệ chung với bạn và khách hàng] vừa mới chia sẻ bài đăng trên LinkedIn của bạn về [vấn đề], và tôi thực sự đã suy nghĩ về cách ngành chúng tôi giải quyết [điểm đau - pain point].

Tôi thấy rằng bạn nhấn mạnh [công ty khách hàng] đang gặp khó khăn với [điểm đau - pain point] - bạn đã cố gắng vượt qua thách thức đó như thế nào?

Cách đây 6 tháng, tôi đã làm việc với [tên công ty khác cùng ngành] để giải quyết những vấn đề này trong nhóm kinh doanh và marketing. Tôi muốn thảo luận thêm với bạn về cách chúng tôi có thể giúp bạn.

Bạn có thời gian rảnh vào 10h sáng thứ tư không?

Cảm ơn bạn,  
[Tên của bạn]



## Mẫu 5:

Tiêu đề: Bài đăng của bạn trên [trang mạng xã hội] về [chủ đề] khiến tôi đặt ra một câu hỏi..

Xin chào [tên khách hàng tiềm năng],

Tôi mới được thấy một bài đăng của [tên công ty khách hàng] về [chủ đề] và tại sao các CXO của các công ty SaaS thường gặp nhiều thách thức hơn so với B2B hay B2C CXO.

Điều này khiến chúng tôi nghĩ về những gì chúng tôi đã làm cùng [tên công ty khác] và cách chúng tôi giúp các CXO SaaS giải quyết chính xác những vấn đề mà họ đang gặp phải.

Chúng tôi rất muốn được chia sẻ ý tưởng và lên kế hoạch - liệu bạn có thời gian cho một cuộc gọi không? Vào thứ tư lúc 2h chiều có ổn không?

Rất mong được kết nối,  
[Tên của bạn]



## 2. Để nhận được phản hồi từ phó chủ tịch của một công ty kinh doanh

Mẫu 6

Tiêu đề: Hệ thống này sẽ giúp công ty bạn đào tạo nhân viên kinh doanh tốt hơn

Xin chào [tên khách hàng tiềm năng],

Bài diễn thuyết tuyệt vời tại [hội nghị gần đây] về việc các nhân viên sales cần phải được đào tạo bài bản thế nào để thành công trong môi trường cạnh tranh ngày nay.

Tôi liên hệ với bạn vì công ty tôi, [tên công ty bạn], đang xây dựng một khóa đào tạo tùy chỉnh để giúp các nhân viên sales nhanh chóng bắt đầu và bắt kịp tốc độ. Điều này sẽ giúp các công ty như [tên công ty khách hàng] chi phí và thời gian để nhân viên kinh doanh bán hàng nhanh hơn.

Tôi có thể gửi thêm cho bạn thông tin và thảo luận sâu hơn không?

Rất mong được kết nối,  
[Tên của bạn]



## Mẫu 7

Tiêu đề: Bạn có cần giúp đỡ để đạt được mục tiêu doanh thu định kỳ mỗi tháng không?

Xin chào [tên khách hàng tiềm năng]

Tôi đã đọc [bài đăng/bài viết] gần đây về [công ty khách hàng] đang nỗ lực để đạt được 100,000\$ doanh thu định kỳ mới tháng trong tháng tiếp theo.

Chúng tôi đã từng giúp [tên công ty tương tự] làm được điều này chỉ bằng cách [nói về những việc mà công ty bạn đã làm]

Bạn có thời gian để thảo luận về cách chúng tôi có thể làm tương tự cho [công ty khách hàng] không? Vào thứ 5 lúc 3h chiều có ổn không?

Cảm ơn bạn,  
[Tên của bạn]



## Mẫu 8

Tiêu đề: Bạn đang đào tạo các nhân viên kinh doanh mới như thế nào?

Xin chào [tên khách hàng tiềm năng],

Xin chúc mừng công ty bạn với vòng gọi vốn series A gần đây. Thật là một cột mốc mới.

Khi tôi đọc bài báo gần đây, tôi biết rằng công ty bạn đã tuyển thêm khoảng 10 nhân viên sales để thúc đẩy sự phát triển của [tên công ty khách hàng]

Tôi muốn kết nối vì [tên công ty bạn] đã giúp [tên công ty tương tự] đào tạo các nhân viên mới trong cùng giai đoạn phát triển với công ty bạn. Nếu bạn muốn thảo luận về chiến lược hay cách chúng tôi có thể giúp, tôi rất sẵn lòng.

Một cuộc gọi vào 10h sáng thứ ba có được không?

Rất mong được kết nối,  
[Tên của bạn]



### 3. Để tiếp cận những influencer (người có ảnh hưởng) tầm cỡ

Mẫu 9

Tiêu đề: Chúng tôi có thể giúp bạn tận dụng dữ liệu marketing

Xin chào [khách hàng tiềm năng],

Tôi mới đọc bài đăng trên LinkedIn của bạn về cách gen Z thay đổi cách chúng ta tiếp thị, chẳng hạn như xác định lại chân dung khách hàng và khách hàng mục tiêu.

Chúng tôi là những người giúp đỡ những người có ảnh hưởng như bạn đón đầu các xu hướng này bằng cách phân tích dữ liệu và tìm ra các lỗ hổng trong kế hoạch marketing.

Chúng tôi có thể nói chuyện và kết nối với ai để thảo luận sâu hơn về vấn đề này?

Cảm ơn bạn,  
[Tên của bạn]





## Mẫu 10

Tiêu đề: Bạn cần thêm thông tin để hiểu về các thay đổi trong thuật toán?

Xin chào [tên khách hàng tiềm năng]

Tôi rất thích bài đăng gần đây của bạn trên [kênh] về những thách thức mà các influencer đang phải đối mặt với các thuật toán và thay đổi trong luật bảo mật.

Công ty của chúng tôi, [tên công ty], làm việc với các influencer như bạn để giải thích cách các thuật toán đang thay đổi và cách bạn có thể dẫn đầu và đánh bại các đối thủ khác.

Bạn có muốn bắt đầu một cuộc gọi để thảo luận sâu hơn không? Vào thứ 5 lúc 10h sáng có phù hợp với bạn không?

Rất mong được kết nối với bạn  
[Tên của bạn]



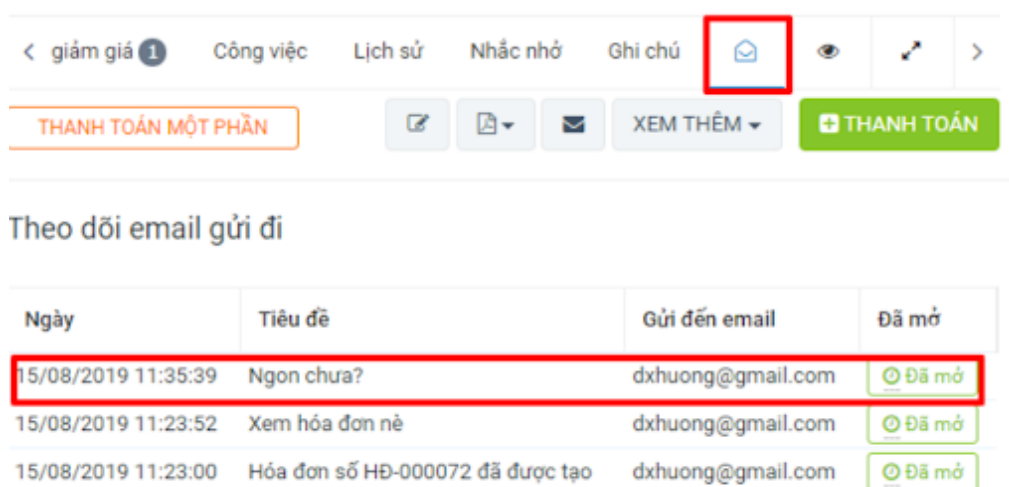
# SlimCRM - Phần mềm hỗ trợ bán hàng B2B hiệu quả

Với sales B2B, những khách hàng mà họ tiếp cận, gặp gỡ đều là những người chuyên nghiệp, kỹ tính, những người quản lý cấp cao hoặc những người ra quyết định. Chính vì vậy, Basho email là chiến lược hiệu quả để nhân viên sales B2B tiếp cận được các khách hàng tiềm năng.

Nhưng nếu nhân viên sales phải dành quá nhiều thời gian vào việc lọc email, có hàng loạt các danh sách email, và không có nơi để lưu trữ tập trung những email mà họ tìm được, việc viết email và tạo ra tính cá nhân hóa sẽ gặp rất nhiều khó khăn, ảnh hưởng đến chất lượng email và việc nghiên cứu khách hàng.

Doanh nghiệp hoàn toàn có thể giải quyết được vấn đề này với phần mềm hỗ trợ bán hàng B2B như SlimCRM. SlimCRM giúp doanh nghiệp tự động hóa các công việc thủ công như ghi lại email, tìm kiếm email trong danh sách đã lưu,....để họ dành nhiều thời gian hơn vào việc nghiên cứu khách hàng tiềm năng, xây dựng email.

Đồng thời, các nhân viên sales có thể kiểm tra tình trạng email, xem liệu khách hàng đã mở email hay chưa.



| Ngày                | Tiêu đề                          | Gửi đến email     | Đã mở    |
|---------------------|----------------------------------|-------------------|----------|
| 15/08/2019 11:35:39 | Ngon chưa?                       | dxhuong@gmail.com | 👁️ Đã mở |
| 15/08/2019 11:23:52 | Xem hóa đơn nè                   | dxhuong@gmail.com | 👁️ Đã mở |
| 15/08/2019 11:23:00 | Hóa đơn số HĐ-000072 đã được tạo | dxhuong@gmail.com | 👁️ Đã mở |



# Lời kết


Kết thúc cuốn e-book về Basho email, hy vọng rằng nội dung trong sách đã giúp các doanh nghiệp hiểu rõ hơn về chiến lược gửi email hiệu quả. Với những bước cụ thể và những ví dụ trực quan, doanh nghiệp có thể tiếp cận khách hàng tiềm năng của mình một cách chuyên nghiệp hơn và tăng tỷ lệ phản hồi của họ.

Tuy nhiên, đừng quên rằng Basho email chỉ là một phần trong chiến lược bán hàng tổng thể. Hãy luôn lắng nghe và tìm hiểu khách hàng của mình, tạo ra các chiến lược bán hàng đa dạng và tùy chỉnh để đạt được thành công trong kinh doanh. Chúc các bạn thành công!



## Tài liệu tham khảo

- Saleshandy: <https://www.saleshandy.com>
- Close: <https://blog.close.com>
- Snov: <https://snov.io>
- The Pipeline: <https://pipeline.zoominfo.com>



**SlimCRM**  
Kiến Tạo Doanh Nghiệp Ưu Việt

Bắt đầu dùng thử

Hotline: 0899.172.899 | <https://SlimCRM.vn>

## Kết nối với chúng tôi



SlimCRM - Phần mềm hỗ trợ bán hàng B2B