33 BÍ QUYẾT BÁN HÀNG ĐỈNH CAO



LẠI THẾ VŨ (DR LAND)

MỤC LỤC

PHẦN MỞ ĐẦU

Lời nói đầu 5
Đọc nhanh 80/20: sáu ý mang lại phần lớn giá trị 11
Bài tự định vị: Bạn đang bán hàng ở đâu? 18
Mười khái niệm nền tảng, giải thích hai cấp độ 28
Năm hiểu lầm phổ biến về bán hàng 41
Bản đồ 1: Một thương vụ bán hàng đi qua bảy bước 48

PHẦN I — 23 BÍ QUYẾT BÁN HÀNG

Giới thiệu Phần I và sơ đồ tư duy 64
Chương 1: Yêu sản phẩm, làm chuyên gia địa bàn 69
Chương 2: Kịch bản bán hàng 5W1H 82
Chương 3: Câu nói thuyết phục & bài giới thiệu 60 giây 96
Chương 4: Giá trị lớn hơn giá cả 109
Chương 5: Bán theo tháp nhu cầu 123
Chương 6: Đỉnh cao của bán hàng là kể chuyện 136
Chương 7: Ba cảm xúc Tin – Tham – Sợ 150
Chương 8: Marketing tốt loại bỏ bán hàng 164
Chương 9: Chia lợi cho đại lý hay cho khách hàng 178
Chương 10: Bốn tử huyệt 191
Chương 11: Thiện cảm trước, bán hàng sau 205
Chương 12: Bằng chứng khách hàng 218
Chương 13: Xây đội cộng tác viên 232
Chương 14: Biến đặc điểm thành lợi ích 247
Chương 15: Ngôn ngữ cơ thể & sức mạnh của im lặng 261
Chương 16: Thời gian biểu & danh sách khách vô tận 275
Chương 17: Khách chưa mua vì chưa đủ thông tin 290
Chương 18: Hỏi trước, bán sau (SPIN) 305
Chương 19: Mỗi năm thêm một kỹ năng 319
Chương 20: Muốn bán hàng phải đầu tư 333
Chương 21: Năm kỹ thuật chốt sale 346
Chương 22: Tận tâm và làm điều bất thường 361
Chương 23: Ba con đường Giới – Định – Tuệ 375

PHẦN II — 10 BÍ QUYẾT ĐẶT CỌC & BÁN CHÊNH AN TOÀN

Giới thiệu Phần II và sơ đồ tư duy 390
Bản đồ 2: Một giao dịch đặt cọc an toàn từ đầu đến cuối 393
Chương 24: Bán chênh minh bạch 408
Chương 25: Thỏa thuận với bên bán 424
Chương 26: Nói thẳng với bên mua 440
Chương 27: Ưu tiên đặt cọc có công chứng 456
Chương 28: Phương án hai sau khi đặt cọc 472
Chương 29: Sang tên theo chỉ định và hợp đồng ủy quyền 487
Chương 30: Đặt cọc hai đầu 502
Chương 31: Nhận diện bẫy tại phòng công chứng 517
Chương 32: Nhận diện bẫy bẻ cọc 532
Chương 33: Nhận diện bẫy người đứng tên và triết lý kinh doanh 547

PHẦN III — 15 KỊCH BẢN MẪU

Giới thiệu Phần III và sơ đồ tư duy 563
Kịch bản 1: Gọi điện lần đầu cho khách để lại số 567
Kịch bản 2: Giới thiệu 60 giây trong buổi gặp đầu 573
Kịch bản 3: Dẫn khách đi xem đất, xem nhà 578
Kịch bản 4: Buổi tư vấn hỏi theo SPIN 583
Kịch bản 5: Khi khách nói "đắt quá" 588
Kịch bản 6: Khi khách nói "để anh về suy nghĩ" 593
Kịch bản 7: Chốt sale và đề nghị đặt cọc 598
Kịch bản 8: Gọi lại khách đã nguội — lần tiếp xúc 4 đến 10 604
Kịch bản 9: Xin khách cũ giới thiệu 610
Kịch bản 10: Mời một người làm cộng tác viên 616
Kịch bản 11: Nói với chủ nhà về công thức chia phần vượt giá 622
Kịch bản 12: Nói thẳng với bên mua về vai trò của mình 628
Kịch bản 13: Thuyết phục chủ nhà đặt cọc có công chứng 634
Kịch bản 14: Khi chủ nhà muốn bẻ cọc vì có người trả cao hơn 640
Kịch bản 15: Báo tin xấu cho khách khi thương vụ trục trặc 646

PHẦN CUỐI

Lời kết: Ba việc trước khi gấp sách 652
Phụ lục A: Từ điển thuật ngữ 655
Phụ lục B: Bộ checklist 33 bí quyết 675
Phụ lục C: Biểu mẫu kèm theo — 30 mẫu dùng ngay 684
Phụ lục D: Bài kiểm tra 30 câu — trước và sau khi đọc 717
Phụ lục E: Thẻ ghi nhớ — 60 ý phải thuộc 735

Phụ lục F: Pháp lý 2026 cho người bán hàng và đặt cọc 753
Về tác giả 770
Tủ sách Dr Land — đọc tiếp & đặt sách 772

LỜI NÓI ĐẦU

Cùng một tài sản, cùng một mức giá, một người bán hai năm không xong, một người khác bán trong hai tuần. Cuốn sách này viết về khoảng cách giữa hai người ấy.

Hai người bán, một căn nhà

Hãy hình dung một căn nhà ba tầng trong ngõ, giá chủ nhà đưa ra không rẻ cũng không đắt. Người môi giới thứ nhất nhận bán. Anh ta đăng tin, dẫn khách, trả lời điện thoại. Hai năm trôi qua, căn nhà vẫn ở đó. Khách đến xem, khen, rồi đi. Chủ nhà bắt đầu nghĩ căn nhà của mình có vấn đề.

Rồi một người khác nhận bán. Cũng căn nhà ấy, cũng mức giá ấy. Hai tuần sau, hợp đồng đặt cọc được ký.

Câu chuyện này không hiếm. Ai làm bán hàng lâu năm đều từng thấy, hoặc từng là một trong hai người đó. Và câu hỏi tự nhiên nhất là: người thứ hai đã làm gì khác?

Câu trả lời không nằm ở may mắn, cũng không nằm ở tài ăn nói bẩm sinh. Nó nằm ở hàng chục việc nhỏ, rất cụ thể: hiểu sản phẩm đến mức trả lời được câu hỏi thứ bảy của khách; biết dẫn khách đi đường nào, vào giờ nào; biết khách đang sợ điều gì mà không nói ra; biết hỏi trước khi nói; biết lúc nào cần im lặng; biết đề nghị khách quyết định thay vì chờ khách tự quyết. Mỗi việc nhỏ ấy, tách riêng ra, đều học được. Ghép lại, chúng tạo ra khoảng cách giữa hai năm và hai tuần.

Cuốn sách này gom những việc nhỏ ấy thành **33 bí quyết**.

Cuốn sách này đến từ đâu

Tôi muốn nói rõ nguồn gốc của cuốn sách ngay từ trang đầu, vì sự trung thực là một trong những bài học xuyên suốt của nó.

Khung 23 bí quyết bán hàng và 10 bí quyết đặt cọc, bán chênh trong sách này được tôi đúc kết và phát triển từ **khóa học của thầy Nguyễn Thành Tiến** mà tôi đã tham dự. Tôi biết ơn thầy vì những bài giảng thực chiến, nhiều ví dụ, đi thẳng

vào việc. Phần ý tưởng và khung sườn là của thầy. Những gì tôi làm là viết lại toàn bộ bằng lời của mình, sắp xếp thành hệ thống, bổ sung công cụ, mẫu biểu, câu hỏi tự kiểm tra, và soi lại từng kỹ thuật dưới góc nhìn của một người đã tự kinh doanh từ năm 2012: nhà hàng, phân phối thương mại, đầu tư bất động sản.

Ở một số chỗ, tôi đã chủ động **đi khác bài giảng gốc**. Có những kỹ thuật được kể trong lớp học như một mẹo nghề, nhưng khi viết thành sách cho hàng nghìn người đọc, tôi thấy nó có thể làm hại người mua, người bán hoặc chính người làm theo. Với những kỹ thuật đó, tôi không dạy cách làm. Tôi viết lại thành chương "nhận diện bẫy" ở Phần II, để bạn nhận ra và tự bảo vệ mình khi gặp phải.

Một điều nữa: **các nhân vật trong sách là tình huống minh hoạ tổng hợp, tên đã thay đổi.** Minh, chị Hằng, anh Toàn, anh Phong, cô Lan, Tuấn, bà Liên… không phải người thật. Họ được dựng lên từ những tình huống rất thường gặp trong nghề, để mỗi bí quyết có một câu chuyện đi kèm, có con số, có trước và sau. Các con số trong những câu chuyện ấy dùng để minh hoạ cơ chế, không phải giá thị trường hay lời hứa lợi nhuận.

Ba kiểu người đọc mà tôi nghĩ tới khi viết

Trong suốt cuốn sách, cuối mỗi chương bạn sẽ gặp một ô có ba biểu tượng. Đó là ba kiểu người mà tôi hình dung đang cầm cuốn sách này.

🌱 **Người mới.** Bạn vào nghề chưa đầy một năm, hoặc vừa phải tự bán sản phẩm của chính mình. Bạn chưa có doanh số đều, bạn ngại gọi điện cho người lạ, bạn sợ khách hỏi câu mình không trả lời được. Bạn giống Minh ở Chương 1. Với bạn, cuốn sách là một tấm bản đồ: đi bước nào trước, bước nào sau, và bước nào đừng đi.

🔥 **Người đang bán.** Bạn đã có khách, có doanh số, có vài thương vụ để tự hào. Nhưng bạn thấy mình chững lại. Khách đến nhiều mà chốt ít, hoặc chốt được rồi mà không có khách quay lại giới thiệu. Với bạn, cuốn sách là một tấm gương: soi lại những thói quen đã thành nếp, tìm ra chỗ đang rò rỉ.

👑 **Chủ hoặc trưởng nhóm.** Bạn không còn bán một mình. Bạn có nhân viên, cộng tác viên, đại lý. Câu hỏi của bạn không phải "làm sao mình bán giỏi hơn" mà "làm sao cả đội bán giỏi hơn, và bán đúng cách". Với bạn, cuốn sách là một giáo

trình: mỗi chương có thể thành một buổi đào tạo nội bộ, mỗi checklist có thể thành quy trình của đội.

Bạn không cần là môi giới bất động sản mới đọc được cuốn này. Phần lớn ví dụ lấy từ bất động sản vì đó là nơi mỗi quyết định mua đều lớn, đều nhiều cảm xúc, nên mọi bí quyết hiện ra rõ nhất. Nhưng anh Toàn, chủ cửa hàng vật liệu xây dựng ở Phủ Lý, xuất hiện gần như ở mọi chương Phần I để nhắc bạn rằng: bán gạch, bán bảo hiểm, bán khóa học, bán phần mềm, nguyên tắc vẫn vậy.

Ba điều cuốn sách này không làm

Để bạn không kỳ vọng sai, tôi nói trước ba điều.

Thứ nhất, cuốn sách không dạy mẹo ăn gian. Bạn sẽ không tìm thấy ở đây cách nói dối khéo, cách tạo khan hiếm giả, cách giấu thông tin để ăn chênh lệch. Không phải vì tôi ngây thơ cho rằng không ai làm những việc đó. Mà vì tôi đã thấy đủ nhiều người làm, và đủ nhiều người phải trả giá: mất uy tín, mất khách, có người dính kiện tụng. Một bí quyết chỉ đáng gọi là bí quyết khi bạn dùng nó mười năm vẫn ngẩng đầu được.

Thứ hai, cuốn sách không thay thế luật sư hay công chứng viên. Phần II nói nhiều về đặt cọc, công chứng, sang tên, ủy quyền. Tôi dạy nguyên lý, dạy câu hỏi cần hỏi, dạy dấu hiệu cần cảnh giác. Nhưng quy định pháp luật thay đổi theo thời gian và khác nhau theo địa phương. Mọi chỗ như vậy, tôi đều đánh dấu ⚖️ và gom thành một bảng ở cuối Phụ lục A. Trước một giao dịch thật, hãy hỏi người có chuyên môn tại nơi bạn giao dịch.

Thứ ba, cuốn sách không hứa bạn giàu nhanh. Đọc xong 33 chương, bạn sẽ không bán được gấp mười ngay tháng sau. Điều tôi hứa nhỏ hơn và thật hơn: nếu bạn đang ở mức 5 điểm, làm đúng những gì sách viết trong 6 đến 12 tháng, bạn sẽ lên được 7 hoặc 8. Ở mức 8 điểm, nghề bán hàng nuôi bạn sống tốt. Còn từ 8 lên 10 là chuyện của thời gian, của số khách bạn gặp, và của việc bạn có tiếp tục học hay không.

Đọc cuốn sách này thế nào

Cuốn sách có ba phần, đứng trước là bốn trang nền và hai tấm bản đồ.

Phần I – 23 bí quyết bán hàng (Chương 1 đến 23) đi theo một mạch: từ nền móng (hiểu sản phẩm, có kịch bản, biết giới thiệu bản thân), đến đọc vị tâm lý khách (tháp nhu cầu, kể chuyện, Tin – Tham – Sợ, bốn tử huyệt), đến xây hệ thống (marketing, cộng tác viên, danh sách khách, mười lần tiếp xúc), đến kỹ thuật hỏi và chốt, và khép lại ở con người của người bán (Giới – Định – Tuệ).

Phần II – 10 bí quyết đặt cọc và bán chênh an toàn (Chương 24 đến 33) dành riêng cho bất động sản. Bảy chương đầu dạy cách làm minh bạch: bán chênh khi chủ nhà đồng ý, đặt cọc có công chứng, chuẩn bị phương án hai, đặt cọc hai đầu. Ba chương cuối là chương nhận diện bẫy: những thủ đoạn bạn có thể gặp ở phòng công chứng, chuyện bẻ cọc, chuyện người đứng tên hộ, và cách tự bảo vệ.

Phần III – 15 kịch bản mẫu gom lời thoại cho những cuộc nói chuyện khó nhất: gọi điện lần đầu, khách chê đắt, khách xin "để về suy nghĩ", đề nghị đặt cọc, nói với chủ nhà về phần chênh, báo tin xấu cho khách. Mỗi kịch bản có ô điền trước, lời thoại mẫu, bảng "nếu họ nói, bạn đáp", những câu đừng nói và tin nhắn gửi sau.

Trước Phần I có **Mười khái niệm nền tảng** (mỗi khái niệm giải thích hai cấp độ, cho người mới và cho người đã làm nghề), **Năm hiểu lầm phổ biến** về bán hàng, và **Bản đồ 1**: một thương vụ đi qua bảy bước, bước nào hỏng thì mở chương nào. Trước Phần II có **Bản đồ 2**: một giao dịch đặt cọc đi qua chín mốc, từ ngày thỏa thuận với chủ nhà đến ba mươi ngày sau công chứng.

Mỗi chương có cùng một hình dáng để bạn dễ dùng: mở bằng một câu chuyện, bốn phần phân tích có ví dụ và mẫu dùng ngay, rồi đến mục **"Gấp trang này lại thì làm gì ngay"** với ô phân tầng 🎯, ô rủi ro ⚠️ và checklist ✅ (những chương đụng tới luật có thêm ô 📌 **Cập nhật pháp lý 2026**), cuối cùng là phần câu hỏi thường gặp.

Đi kèm sách là một bộ học tập để bạn đọc nhanh hơn và nhớ lâu hơn. Ngay sau Lời nói đầu là phần **Đọc nhanh 80/20**: sáu ý mang lại phần lớn giá trị, cho những tối chỉ có hai giờ trước một buổi gặp khách quan trọng. Cả cuốn sách, và mỗi Phần, đều có **sơ đồ tư duy** để bạn nhìn toàn cảnh trên một trang. **Phụ lục D** là bài kiểm tra 30 câu: làm một lần trước khi đọc, một lần sau khi đọc, để thấy mình đã đi được bao xa. **Phụ lục E** là 60 thẻ ghi nhớ, in ra cắt thành thẻ hoặc ôn trên bản web. **Phụ lục C** gom 30 biểu mẫu để in dùng ngay, kèm file Word để bạn sửa theo sản phẩm của mình, và một file Word riêng là hợp đồng đặt cọc có chú giải

từng điều. **Phụ lục F** gom toàn bộ văn bản pháp lý sách đã dẫn, cập nhật đến 30/10/2026, kể cả Nghị quyết 03/2026 của Hội đồng Thẩm phán về tranh chấp đặt cọc, có hiệu lực từ 15/10/2026.

Lời khuyên của tôi: **đừng đọc từ đầu đến cuối ngay.** Hãy làm **Bài tự định vị**, ngay sau phần Đọc nhanh 80/20, trước. Mười phút, một cây bút. Cuối bài có một bảng tra cho bạn biết nên mở chương nào trước, tùy vào điểm yếu nhất và tầng của bạn. Đọc hai chương đó, làm theo checklist trong một tuần, rồi mới quay lại đọc tiếp.

Và khi đọc, hãy đọc với một câu hỏi trong đầu: *"Ngày mai, với khách hàng cụ thể nào, mình sẽ làm khác đi điều gì?"* Một bí quyết chỉ có giá trị khi nó rời khỏi trang sách và đi vào cuộc gặp khách tiếp theo của bạn.

Chúc bạn bán hàng giỏi, và bán hàng tử tế.

Lại Thế Vũ (Dr Land)

Trang kế tiếp là sơ đồ tư duy của cả cuốn sách.



Ranh giới: mọi khoản chênh lệch, mọi điều khoản đều phải được các bên đồng ý trên giấy.

Sơ đồ tư duy cả cuốn sách: sáu nhóm kỹ năng của Phần I, ba nhóm của Phần II và mười lăm kịch bản của Phần III

ĐỌC NHANH 80/20 — SÁU Ý MANG LẠI PHẦN LỚN GIÁ TRỊ

Nếu bạn chỉ có một buổi tối trước buổi gặp khách quan trọng sáng mai, đây là những trang nên đọc.

Vì sao có chương này

Cuốn sách có 33 chương, hơn năm trăm trang. Tôi biết không phải ai cầm nó lên cũng có thời gian đọc từ đầu. Có người mua sách tối nay vì sáng mai phải gặp một vị khách khó. Có người đọc trên điện thoại, mỗi lần mười phút, giữa hai cuộc hẹn. Chương này viết cho những người đó.

Tôi gọi nó là "80/20" vì một nhận định quen thuộc: phần nhỏ việc làm thường tạo ra phần lớn kết quả. Xin nói rõ ngay: **đây là nhận định kinh nghiệm, không phải số đo.** Không ai cân đong được chính xác sáu ý dưới đây mang lại 80% hay 70% giá trị của cuốn sách. Tôi chọn chúng bằng một câu hỏi đơn giản, đặt cho từng chương: *bỏ qua ý này thì người bán mất nhiều nhất ở đâu, và làm đúng ý này thì kết quả chênh lệch nhiều nhất ở đâu?* Ý nào trả lời mạnh cho một trong hai vế thì được giữ lại.

Vì vậy đây không phải bản tóm tắt mục lục. Có những chương hay mà không có mặt ở đây, không phải vì chúng kém, mà vì chúng phát huy sau khi sáu ý này đã thành nền.

Và có một điều sáu ý này cùng đứng trên, giống như mọi chương trong sách:

Ranh giới: Mọi khoản chênh lệch, mọi điều khoản phải được các bên biết và đồng ý trên giấy. Kiếm tiền bằng cách giấu thông tin của người đang tin mình thì không phải bí quyết — đó là món nợ uy tín sẽ phải trả.

Một kỹ thuật dùng trái với câu ấy, dù hiệu quả đến đâu trong một giao dịch, cũng không nằm trong 80/20 của cuốn sách này.

Sáu ý cốt lõi

Ý 1 — Trả lời khách bằng con số có nguồn

Làm gì: Lập sổ tay địa bàn (hoặc sổ tay sản phẩm), mỗi dòng ghi một số liệu kèm **nguồn** và **ngày tra**. Mốc của sách: 20 số liệu trong 7 ngày, 50 số liệu trong 30 ngày. Rồi gói những con số ấy vào câu nói thuyết phục theo công thức **con số + bên thứ ba uy tín**, và tập nói thêm hai chữ "nghĩa là" để biến mỗi đặc điểm thành lợi ích khách nhận được: tiền, thời gian, sức khỏe.

Vì sao nặng ký: Khách cẩn thận hỏi không phải để biết, mà để thử xem bạn hiểu thứ mình bán đến đâu. Ở Chương 1, anh Phong, kỹ sư cầu đường, đi xem lô đất 100 m² giá khoảng 3,2 tỷ và hỏi Minh về khu công nghệ cao, về các trường đại học quanh đó, về con đường quy hoạch. Minh ngập ngừng từ câu đầu; đến câu thứ ba, đồng nghiệp đỡ lời "khu này chắc chắn lên". Anh Phong bắt tay, nói sẽ suy nghĩ, rồi không gọi lại. Trong bảy câu anh hỏi, Minh chỉ trả lời đủ được hai: diện tích và tình trạng sổ. Minh dành một tháng làm sổ tay địa bàn; hai tháng sau mới nhắn lại anh Phong, và ở buổi gặp thứ hai, Minh trả lời được sáu câu bằng số liệu có nguồn. Câu thứ bảy, Minh nói thật: "Em không dám hứa với anh là bao giờ." Anh Phong kể lại rằng chính câu ấy là lúc anh quyết định tin Minh. Con số có nguồn làm khách tin bạn biết. Câu "em chưa chắc" làm khách tin bạn thật.

Đọc đầy đủ: Chương 1 (sổ tay 50 số liệu, 30 ngày thành chuyên gia), Chương 3 (bài giới thiệu 60 giây), Chương 14 (thang ba bậc, bài tập "nghĩa là").

Ý 2 — Hỏi trước, bán sau

Làm gì: Trước khi giới thiệu bất cứ thứ gì, đi đủ bốn loại câu hỏi SPIN: **Tình hình → Vấn đề → Hệ quả → Nhu cầu**. Hỏi ngân sách trong mười phút đầu, bằng một câu đã tập cho tự nhiên. Dùng hai câu dò để biết khách nặng tử huyệt nào trong bốn: **Tiền · Tình · Danh · Bản thân**. Trong cả buổi gặp, giữ phần mình nói dưới một nửa.

Vì sao nặng ký: Người nói trước thường thua, vì họ trả lời những câu khách chưa hỏi. Ở Chương 18, Minh khi ấy đã có hơn sáu mươi số liệu trong sổ, ngồi hai tiếng với Hiếu, một lập trình viên muốn "kiếm tiền từ bất động sản". Minh trình bày sáu cách đầu tư, mở bảng giá mười lăm lô đất ba tỷ. Quán dọn bàn, Minh mới hỏi vốn. Hiếu có năm mươi triệu. Chị Hằng nói một câu Minh nhớ mãi: một câu hỏi về vốn ở phút thứ năm đã tiết kiệm được một tiếng năm mươi lăm phút. Hỏi sai thứ tự thì kiến thức càng nhiều càng phí. Hỏi đúng thì khách tự nói ra điều họ cần mua.

Đọc đầy đủ: Chương 18 (bốn loại câu hỏi SPIN, bộ câu hỏi viết sẵn), Chương 15 (giữ phần mình nói dưới một nửa buổi gặp), Chương 10 (bốn tử huyệt, phiếu dò huyệt), Chương 5 (tháp nhu cầu, phiếu dò tầng).

Ý 3 — Thiện cảm trước, bằng chứng sau

Làm gì: Dành khoảng 80% thời gian đầu buổi gặp cho con người, 20% cho sản phẩm. Đi theo năm bước **Ban → Bạn → Bàn → Bán → Bè**, bắt đầu bằng một món quà có giá trị thật. Với khách nghiêm túc, đặt mốc tối thiểu 30 phút. Chuẩn bị sẵn một album bằng chứng khách hàng mở được trong 30 giây, và một kho mười câu chuyện thật, đã xin phép, để kể thay cho lời khuyên.

Vì sao nặng ký: Người ta không cãi giá với người mình quý. Ở Chương 11, Hưng, nhân viên mới của một tầng văn phòng cho thuê, nói chuyện với mỗi khách chừng năm phút: dẫn xem phòng, báo giá, đưa danh thiếp. Tháng đầu có mười một khách đến xem, không ai thuê. Ngọc, quản lý của Hưng, tự tiếp thầy Khánh, một giáo viên thanh nhạc. Bốn mươi phút đầu chị chỉ hỏi về lớp học, học trò, lý do chuyển chỗ. Mười phút sau mới dẫn xem phòng. Thầy Khánh đặt cọc ngay hôm đó, không mặc cả đồng nào. Thiện cảm mở cửa; bằng chứng thật (Chương 12) và câu chuyện thật (Chương 6) giữ cửa mở khi khách bắt đầu cân nhắc.

Đọc đầy đủ: Chương 11 (công thức 80/20, quy trình 5B, kịch bản 30 phút đầu), Chương 12 (ba loại bằng chứng, thời điểm vàng để xin), Chương 6 (năm nhịp của câu chuyện bán hàng, kho mười chuyện).

Ý 4 — Đừng bỏ khách sau vài tin nhắn

Làm gì: Mỗi tối lập lịch ngày mai, 6–8 việc, trong đó ít nhất hai việc gặp khách và một việc nuôi danh sách. Ghi danh sách khách vào sổ, mỗi ngày thêm ít nhất một người. Với khách chưa quyết, viết sẵn kịch bản **khoảng 10 lần tiếp xúc, mỗi lần cách nhau 3–5 ngày**, lần nào cũng mang một thông tin có giá trị chứ không phải một lời chào bán. Khách nói muốn dừng thì dừng ngay và ghi lại.

Vì sao nặng ký: Phần lớn khách chưa mua không phải vì không muốn, mà vì chưa đủ thông tin, chưa đủ thời gian, chưa đủ lần nghĩ về bạn. Ở Chương 17, chị Uyên đi xem đất với Minh, khen chuẩn bị chu đáo, dặn “em cứ gửi thông tin cho chị”. Minh gửi. Chị đọc, không trả lời. Đến tin thứ bảy, khoảng sáu tuần sau, Minh xóa tên chị khỏi danh sách. Bốn tháng sau, chị mua một lô cách lô Minh dẫn đi chưa đến một cây số, qua một đồng nghiệp cứ tuần một lần gửi chị một thứ gì đó. Chị

nói thật: "Đến lúc chị rảnh thì tin của bạn ấy nằm trên cùng." Bỏ ở lần thứ bảy là để người khác hưởng sáu lần bạn đã làm.

Đọc đầy đủ: Chương 17 (mười lần tiếp xúc có giá trị, ranh giới quyền riêng tư), Chương 16 (thời gian biểu từ tối hôm trước, danh sách khách vô tận, xin giới thiệu).

Ý 5 — Dám đề nghị chốt, và chịu được im lặng

Làm gì: Thuộc năm kỹ thuật chốt sale: **Lựa chọn · Tự xác nhận · Có hạn · Cơ hội cuối · Giấy tờ sẵn sàng**, chỉ dùng "có hạn" và "cơ hội cuối" khi có bằng chứng thật. Luôn mang theo "bộ chốt sale" (mẫu giấy cọc, giấy tờ cần thiết) mỗi lần dẫn khách. Khi bị trả giá, im lặng ít nhất 5 giây trước khi nói. Không nhượng một điều gì mà không đổi lấy một điều gì đó có lợi thật, nói minh bạch.

Vì sao nặng ký: Đề nghị thì có thể được hoặc không. Không đề nghị thì chắc chắn không có gì. Ở Chương 21, anh Vĩnh bán căn nhà năm tầng, khách trả mười hai tỷ, hai bên đã bắt tay. Người môi giới đến thay không mang mẫu cọc, không có cả số tài khoản nhận tiền giữ chỗ. Mọi người hẹn "sáng mai ký". Một tuần sau khách không nghe máy, rồi mua căn khác cùng khu. Còn ở Chương 15, một khách trả 3,4 tỷ cho lô đất của anh Hoan (sàn của chủ là 3,3 tỷ). Minh suýt nói "dạ được", rồi im lặng chừng mười giây và đổi lấy hai điều kiện: đặt cọc trong tuần, thanh toán đợt hai trong 30 ngày. Khách đồng ý cả hai. Một tờ giấy mang sẵn và mười giây im lặng là hai thứ rẻ nhất trong nghề, mà giữ được nhiều tiền nhất.

Đọc đầy đủ: Chương 21 (năm kỹ thuật chốt sale, mẫu đáp "để anh về suy nghĩ thêm"), Chương 15 (im lặng khi bị trả giá, đồng ý có điều kiện).

Ý 6 — Minh bạch trên giấy, đặt cọc có lan can

Làm gì: Mọi khoản chênh lệch, mọi khoản cảm ơn, ghi lên giấy để các bên cùng biết. Với bất động sản: ưu tiên **đặt cọc có công chứng**, kể cả khi khoản cọc nhỏ; đánh giá tư cách chủ nhà trước khi đặt đồng nào; tính **ngưỡng mất cọc** của mình bằng tiền thật và vẽ **bản đồ phương án hai** trước khi ký. Ở phòng công chứng, gặp từ hai trong năm dấu hiệu bẫy trở lên thì dừng ký, hẹn lại. Mọi câu hỏi về điều luật, mức phạt, thuế phí: hỏi luật sư hoặc công chứng viên ở địa phương.

Vì sao nặng ký: Năm ý trên giúp bạn bán được. Ý này giữ cho bạn không mất trắng. Ở Chương 27, Tuấn đặt cọc 200 triệu bằng giấy viết tay vì chủ đất nói "viết

tay cho nhanh". Hai mươi ngày sau, chủ đất đổi ý và xin trả dần. Tuấn mất năm tháng mới lấy lại đủ tiền gốc, phần phạt cọc đành bỏ. Ở Chương 28, Hoàng đặt cọc 300 triệu cho lô đất 3,6 tỷ; mười hai ngày trước hạn, công nợ về chậm, ngân hàng duyệt hạn mức thấp hơn dự tính, anh thiếu gần 1 tỷ. Hợp đồng cọc của anh không có lối thoát nào viết sẵn. Bạn không làm bất động sản? Nửa đầu của ý này vẫn dành cho bạn: con số trên giấy phải là con số thật (Chương 16, Chương 26).

Đọc đầy đủ: Chương 24 (bán chênh minh bạch), Chương 27 (đặt cọc có công chứng, phiếu đánh giá chủ nhà), Chương 28 (ngưỡng mất cọc, bảy lối thoát), Chương 31 (năm dấu hiệu bẫy tại phòng công chứng).

Sáu ý trên một trang

Chép bảng này vào sổ, hoặc chụp lại để trên điện thoại. Trước mỗi cuộc gặp quan trọng, đọc cột giữa và tự trả lời thành tiếng.

#	Ý cốt lõi	Câu hỏi tự kiểm trước khi gặp khách	Chương
1	Trả lời bằng con số có nguồn	Khách hỏi bảy câu, tôi trả lời được mấy câu bằng số liệu có nguồn và ngày tra? Câu nào tôi sẽ nói thật "em chưa chắc"?	1, 3, 14
2	Hỏi trước, bán sau	Tôi đã viết sẵn câu hỏi Tình hình, Vấn đề, Hệ quả, Nhu cầu, và câu hỏi ngân sách cho mười phút đầu chưa?	18, 10, 5
3	Thiện cảm trước, bằng chứng sau	Tôi mang theo món quà "Ban" nào, và album bằng chứng của tôi có mở được trong 30 giây không?	11, 12, 6
4	Không bỏ khách sau vài tin nhắn	Khách này đang ở lần tiếp xúc thứ mấy, và lần tới tôi gửi thông tin gì có giá trị cho họ?	17, 16
5	Dám chốt, chịu được im lặng	Bộ chốt sale đã nằm trong cặp chưa? Nếu bị trả giá, tôi sẽ im lặng 5 giây và đổi lấy điều gì?	21, 15
6	Minh bạch trên giấy, cọc có lan can	Mọi khoản tiền đã được các bên biết trên giấy chưa? Nếu có cọc: công chứng chưa, ngưỡng mất cọc là bao nhiêu, phương án hai là gì?	24, 27, 28, 31

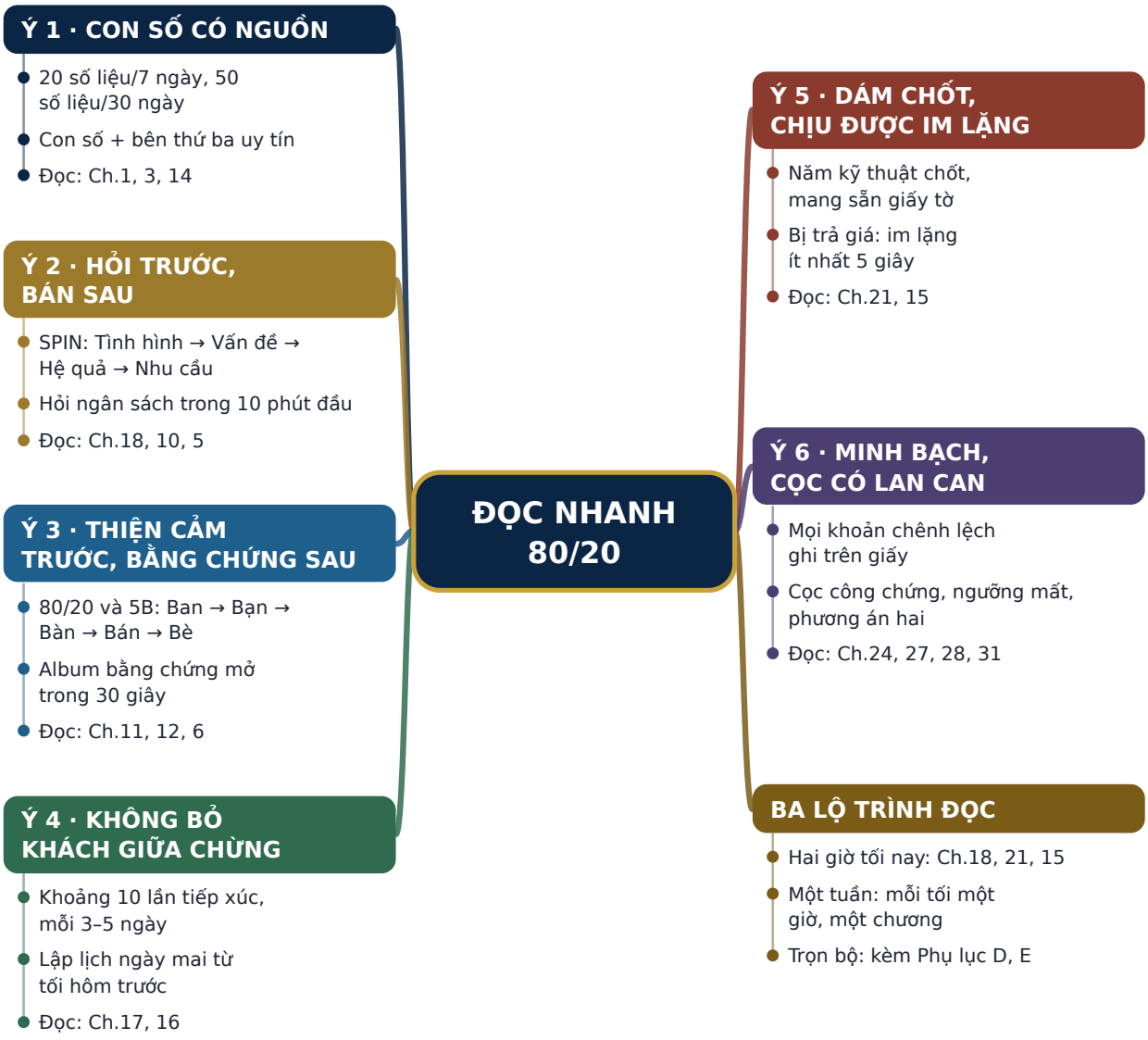
Ba lộ trình đọc theo thời gian bạn có

Lộ trình	Đọc gì, theo thứ tự	Mang ra khỏi trang sách
Hai giờ tối nay	Trang này (15 phút) → Chương 18, phần bốn loại câu hỏi SPIN và bộ câu hỏi viết sẵn (45 phút) → Chương 21, bảng năm kỹ thuật và mẫu đáp "để anh về suy nghĩ thêm" (30 phút) → Chương 15, phần im lặng khi bị trả giá (20 phút) → đọc to Kịch bản 6 "Để anh về suy nghĩ" (10 phút). Nếu sáng mai có ký cọc: thêm bảng năm dấu hiệu ở Chương 31 và phiếu C24 kiểm tra pháp lý trước khi cọc (15 phút)	Một tờ giấy cho buổi gặp sáng mai: 3–5 câu hỏi SPIN, câu hỏi ngân sách, một câu chốt theo kỹ thuật Lựa chọn, một câu "đồng ý có điều kiện"
Một tuần, mỗi tối một giờ	Tối 1: Bài tự định vị + bài kiểm tra Lần 1 (Phụ lục D, không mở sách), rồi Chương 1 · Tối 2: Chương 18 · Tối 3: Chương 11 · Tối 4: Chương 17 · Tối 5: Chương 21 · Tối 6: Bản đồ 2, rồi Chương 27 và 28 (không làm bất động sản thì đọc Chương 14 và Kịch bản 5) · Tối 7: làm lại bài kiểm tra 30 câu (Lần 2) và so với Lần 1	Sáu checklist ✅ đã đánh dấu, điểm bài kiểm tra lần đầu, và hai chương bảng tra chỉ cho bạn đọc tiếp
Trọn bộ	Bài tự định vị → bài kiểm tra 30 câu ở Phụ lục D (lần 1) → Mười khái niệm và Bản đồ 1 → bốn chương theo bảng tra trong 30 ngày → các chương còn lại theo thứ tự sách, mỗi chương đọc to kịch bản đi kèm ở Phần III → mỗi ngày ôn 10 thẻ ghi nhớ ở Phụ lục E → sau 90 ngày làm lại Bài tự định vị và Phụ lục D	Hai tờ điểm đặt cạnh nhau, đo được mình đã đi từ đâu đến đâu

Lộ trình nào cũng được, miễn là bạn làm ít nhất một việc trong mục 🎯 của chương vừa đọc trong bảy ngày sau đó.

Còn nếu buộc phải chọn, thì dù đi lộ trình nào, **đừng bỏ qua Ý 2 và Ý 6.** Ý 2 giữ bạn khỏi mất khách vì nói trước khi hiểu người trước mặt. Ý 6 giữ bạn khỏi mất tiền và mất uy tín, hai thứ nhiều năm mới làm lại được. Bốn ý còn lại giúp bạn bán nhiều hơn. Hai ý này giúp bạn còn ở lại trong nghề để bán.

Trang kế tiếp là sơ đồ tư duy của sáu ý cốt lõi và ba lộ trình đọc.



Dù đi lộ trình nào, đừng bỏ qua Ý 2 (hỏi trước, bán sau) và Ý 6 (minh bạch, cọc an toàn).

Sơ đồ tư duy Đọc nhanh 80/20: sáu ý cốt lõi và ba lộ trình đọc

BÀI TỰ ĐỊNH VỊ: BẠN ĐANG BÁN HÀNG Ở ĐÂU?

Mười phút, một cây bút, và những con số thật. Làm trước khi đọc, để biết nên mở chương nào đầu tiên.

Vì sao làm bài này trước khi đọc

Cuốn sách này có 33 chương. Đọc từ đầu đến cuối là một cách. Nhưng nếu bạn đang có một khách lưỡng lự cần chốt trong tuần này, đọc lần lượt từ Chương 1 thì đến lúc gặp chương bạn cần, khách đã mua chỗ khác.

Ở Chương 1, tôi đề nghị bạn tự chấm kỹ năng bán hàng của mình từ 1 đến 10. Bài này làm đúng việc đó, nhưng chia nhỏ ra. Một người bán không yếu đều ở mọi mặt. Có người nói chuyện rất duyên mà không có nổi năm con số về khu vực mình bán. Có người thuộc sản phẩm như lòng bàn tay mà đến lúc khách gật đầu thì không dám đưa giấy cọc. Chấm chung một điểm thì bạn không biết phải sửa chỗ nào.

Ba luật nhỏ trước khi bắt đầu:

- **Viết bằng bút, trên giấy.** Đừng chấm trong đầu. Con số trong đầu luôn đẹp hơn con số trên giấy.
- **Điền số thật, không điền số mong muốn.** Không nhớ thì mở điện thoại, mở sổ, đếm lại. Không có số thì ghi 0. Số 0 trung thực có ích hơn số 10 tưởng tượng.
- **Giữ tờ giấy lại.** Sau 90 ngày bạn sẽ làm lại, và tờ giấy hôm nay là điểm A của bạn (Chương 23).

Phần A: Những con số thật của bạn

Phần này không chấm điểm. Nó chỉ chụp lại bức ảnh hôm nay. Ghi con số của 30 ngày gần nhất, hoặc 90 ngày nếu bạn bán hàng giá trị lớn và ít giao dịch.

```
NHỮNG CON SỐ CỦA TÔI — ngày làm: ___/___/_____
```

```
Khoảng thời gian tính:  □ 30 ngày   □ 90 ngày

1. Số khách tôi gặp trực tiếp hoặc gọi tư vấn thật:      ___ khách
2. Số khách mua / đặt cọc / ký hợp đồng:                 ___ khách
3. Tỷ lệ chốt (dòng 2 ÷ dòng 1 × 100):                   ___ %
4. Số khách đến từ người giới thiệu:                     ___ khách
5. Số khách cũ tôi chủ động liên hệ (không chào bán):    ___ người
6. Số số liệu có nguồn về khu vực / sản phẩm tôi năm:    ___ số liệu
   (đếm số dòng có nguồn trong sổ tay, không đếm trong đầu)
7. Số lần tiếp xúc trung bình trước khi khách quyết:     ___ lần
8. Số người trong danh sách khách tôi đang chăm:         ___ người
9. Số câu chuyện khách thật tôi kể được, đã xin phép:    ___ chuyện
10. Số bằng chứng khách hàng tôi có (ảnh, lời nhận xét,
    video, có xin phép):                                 ___ cái
11. Số người đang mang khách / mang hàng về cho tôi
    (cộng tác viên, vệ tinh, đồng nghiệp):               ___ người
12. Thời gian tôi đã làm nghề bán hàng hiện tại:         ___ tháng

Câu khách hỏi gần nhất mà tôi không trả lời được:
_____________________________________________________________
```

Đặt những con số này cạnh trục của sách để biết mình đứng đâu:

Con số	Mốc trong sách	Chương
Số liệu có nguồn (dòng 6)	Tối thiểu 20, lý tưởng 50	Chương 1
Số lần tiếp xúc (dòng 7)	Khoảng 10 lần, mỗi 3–5 ngày	Chương 17
Khách giới thiệu (dòng 4)	Không có mốc cứng; bằng 0 là tín hiệu đỏ	Chương 16
Câu chuyện khách thật (dòng 9)	Kho 10 câu chuyện	Chương 6
Người mang khách về (dòng 11)	Kèm cặp 3–5 người cốt lõi	Chương 13

Nếu dòng 7 của bạn là 1 hoặc 2, nghĩa là bạn đang bỏ khách sau một, hai lần nhắn. Phần lớn khách chưa mua không phải vì không muốn, mà vì chưa đủ thông tin (Chương 17).

Phần B: Tự chấm bảy nhóm kỹ năng

Mỗi nhóm có ba câu tự hỏi. Chấm mỗi câu từ 1 đến 10 theo thang dưới đây, rồi tính điểm trung bình của nhóm.

```
THANG CHẤM CHO MỖI CÂU

1–3   Tôi chưa làm, hoặc làm theo cảm hứng
4–6   Tôi có làm, nhưng không đều, không có mẫu viết sẵn
7–8   Tôi làm đều, có mẫu, khách phản hồi tốt
9–10  Tôi làm được và dạy lại được cho người khác
```

Tôi gom 33 chương thành bảy nhóm. Mỗi chương chỉ nằm trong một nhóm, để bảng tra ở Phần D không chồng chéo.

Nhóm	Câu tự hỏi	Điểm
1. Nền móng sản phẩm & kịch bản (Ch.1, 2, 3, 4, 14)	Khách hỏi bảy câu về khu vực / sản phẩm, tôi trả lời được mấy câu bằng con số có nguồn?	___
	Trước mỗi cuộc gặp, tôi có viết ra Who – Why – What – How – When – Where, và câu trả lời sẵn cho ba nhược điểm lớn nhất không?	___
	Khi khách chê đắt, tôi kéo được câu chuyện sang giá trị, và quy được lợi ích ra tiền / thời gian / sức khỏe thay vì giảm giá?	___
2. Đọc vị tâm lý (Ch.5, 7, 10)	Trong năm phút đầu, tôi nhận ra khách đang đứng ở tầng nhu cầu nào (an toàn, cộng đồng, được tôn trọng…)?	___
	Tôi biết khách đã TIN tôi chưa, đã THÍCH sản phẩm chưa, đang SỢ điều gì, và trả lời nỗi sợ bằng dữ kiện?	___

Nhóm	Câu tự hỏi	Điểm
	Tôi dò ra được tử huyệt của khách (Tiền, Tình, Danh hay Bản thân) bằng câu hỏi, thay vì nói một bài cho mọi người?	___
3. Niềm tin & thiện cảm (Ch.6, 11, 12)	Tôi có ít nhất năm câu chuyện thật theo khung trước – sau – kết quả, đã xin phép, và biết kể chuyện nào cho nỗi lo nào?	___
	Tôi dành khoảng 80% thời gian đầu buổi gặp cho thiện cảm, và đi đủ các bước Ban → Bạn → Bàn → Bán → Bè?	___
	Khi khách hỏi "có ai mua chưa?", tôi đưa ra được bằng chứng thật (lời khen, kết quả, con người) trong vòng một phút?	___
4. Hệ thống & đội ngũ (Ch.8, 9, 13, 16, 17, 20)	Mỗi tối tôi lập lịch ngày mai, và danh sách khách của tôi được ghi chép, mỗi ngày thêm người mới?	___
	Tôi có trang thông tin, video, kịch bản 10 lần tiếp xúc để khách tự tìm hiểu mà không cần tôi nói lại từ đầu?	___
	Tôi có người mang khách / mang hàng về (vệ tinh, đồng nghiệp, cộng tác viên), với tỷ lệ chia rõ ràng trên giấy, và tôi đo được khoản đầu tư nào cho bán hàng đang sinh lời?	___
5. Hỏi – chốt – đàm phán (Ch.15, 18, 21)	Tôi hỏi đủ Tình hình → Vấn đề → Hệ quả → Nhu cầu	___

Nhóm	Câu tự hỏi	Điểm
	trước khi giới thiệu sản phẩm, và hỏi ngân sách trong mười phút đầu?	
	Khi khách đã ưng, tôi đề nghị chốt bằng một kỹ thuật cụ thể, mang sẵn giấy tờ, thay vì chờ khách tự nói "lấy"?	___
	Khi bị trả giá, tôi im lặng được ít nhất 5 giây, và không đồng ý một nhượng bộ nào mà không đổi lấy điều gì?	___
6. Con người người bán (Ch.19, 22, 23)	Năm nay tôi đã chọn một kỹ năng mới cụ thể để học, có kế hoạch 3–5 việc và ngày bắt đầu?	___
	Khách đã mua của tôi được chăm sóc theo lịch, và mỗi tháng tôi thử ít nhất vài cách làm khác thường có ghi chép?	___
	Tôi có mục tiêu năm viết theo KLH (Kết quả – Lý do – Hành động), và trên giấy, con đường từ điểm A đến điểm B thắng được?	___
7. Đặt cọc & bán chênh an toàn (Ch.24–33, dành cho người làm bất động sản)	Mọi khoản chênh lệch tôi nhận đều được chủ nhà và bên mua biết, đồng ý trên giấy?	___
	Trước khi ký cọc, tôi đã tính ngưỡng mất cọc của mình, có phương án hai, và ưu tiên đặt cọc có công chứng?	___
	Tôi nhận ra được dấu hiệu của bẫy tại phòng công	___

Nhóm	Câu tự hỏi	Điểm
	chứng, bẫy bẻ cọc, bẫy người đứng tên, và biết khi nào phải hỏi luật sư / công chứng viên?	

Phân vân giữa hai điểm thì chọn điểm thấp hơn. Bạn không làm bất động sản? Bỏ qua nhóm 7. Sáu nhóm đầu được viết cho mọi người bán: cửa hàng, dịch vụ, bán cho doanh nghiệp.

Tính điểm trung bình mỗi nhóm (cộng ba câu, chia ba), rồi chép vào bảng tổng:

```
BẢNG TỔNG ĐIỂM — ngày ___/___/_____

Nhóm 1. Nền móng sản phẩm & kịch bản   ___ / 10
Nhóm 2. Đọc vị tâm lý                  ___ / 10
Nhóm 3. Niềm tin & thiện cảm           ___ / 10
Nhóm 4. Hệ thống & đội ngũ             ___ / 10
Nhóm 5. Hỏi — chốt — đàm phán          ___ / 10
Nhóm 6. Con người người bán            ___ / 10
Nhóm 7. Đặt cọc & bán chênh an toàn    ___ / 10  (nếu có)

Nhóm THẤP NHẤT của tôi: Nhóm ___
Nhóm thấp thứ hai:      Nhóm ___
```

Hai nhóm có điểm bằng nhau? Chọn nhóm đứng trước trong danh sách. Thứ tự các nhóm đi từ nền móng lên, và móng yếu thì tầng trên sửa mãi không xong. Một người chốt giỏi mà không có số liệu địa bàn vẫn mất khách ở câu hỏi thứ ba, như Minh ở đầu Chương 1.

Phần C: Bạn đang ở tầng nào

Mỗi chương trong sách kết thúc bằng mục 🎯 “Bạn đang ở tầng nào”, chia lời khuyên theo ba tầng. Cùng một chương, người mới và trưởng nhóm nên làm những việc rất khác nhau. Đánh dấu tầng của bạn theo tiêu chí dưới đây, không theo chức danh trên danh thiếp.

Tầng	Bạn ở tầng này nếu…	Rủi ro lớn nhất của tầng
🌱 **Người mới**	Làm nghề dưới 12 tháng, **hoặc** chưa có doanh số đều (có tháng có, có tháng không). Dòng 2 ở Phần A thường là 0–1.	Bỏ nghề sau năm, bảy lần bị từ chối đầu tiên, đúng lúc vừa bắt đầu học được thứ gì
🔥 **Người đang bán**	Có doanh số đều, có khách cũ, có vài khách giới thiệu. Bạn tự bán là chính và muốn chốt nhiều hơn, giữ giá tốt hơn.	Làm theo thói quen, nói một bài cho mọi khách, quên khách cũ vì bận khách mới
👑 **Chủ / trưởng nhóm**	Phần lớn doanh số đi qua tay người khác: nhân viên, cộng tác viên, đội nhóm. Việc chính của bạn là tuyển, đào tạo, chia khách, đặt luật.	Giỏi bán mà không văn bản hóa được, nên đội phụ thuộc hết vào bạn

Bạn đứng giữa hai tầng? Hãy hỏi: **tháng trước, phần lớn tiền về từ đâu?** Nếu phần lớn từ chính tay bạn chốt, bạn là 🔥, dù bạn có hai nhân viên. Anh Toàn, chủ cửa hàng vật liệu xây dựng ở Phủ Lý, quản bốn nhân viên nhưng vẫn tự đứng quầy với khách lớn. Với những cuộc gặp ấy, anh đọc theo 🔥. Khi ngồi soạn quy định cho cô nhân viên bán hàng, anh đọc theo 👑.

`TẦNG CỦA TÔI:  ☐ 🌱 Người mới  ☐ 🔥 Người đang bán  ☐ 👑 Chủ / trưởng nhóm`

Phần D: Bảng tra — bạn nên mở chương nào trước

Đây là phần quan trọng nhất của bài. Tìm **hàng** là nhóm điểm thấp nhất của bạn ở Phần B. Tìm **cột** là tầng của bạn ở Phần C. Ô giao nhau là hai chương nên đọc trước, theo đúng thứ tự ghi trong ô.

Nhóm điểm thấp nhất	🌱 Người mới	🔥 Người đang bán	👑 Chủ / trưởng nhóm
1. Nền móng sản phẩm & kịch bản	Ch.1 → Ch.3	Ch.4 → Ch.14	Ch.2 → Ch.1
2. Đọc vị tâm lý	Ch.5 → Ch.7	Ch.10 → Ch.7	Ch.10 → Ch.5

Nhóm điểm thấp nhất	🌱 Người mới	🔥 Người đang bán	👑 Chủ / trưởng nhóm
3. Niềm tin & thiện cảm	Ch.11 → Ch.12	Ch.12 → Ch.6	Ch.6 → Ch.12
4. Hệ thống & đội ngũ	Ch.16 → Ch.17	Ch.8 → Ch.13	Ch.13 → Ch.9
5. Hỏi – chốt – đàm phán	Ch.18 → Ch.21	Ch.21 → Ch.15	Ch.21 → Ch.18
6. Con người người bán	Ch.23 → Ch.22	Ch.19 → Ch.22	Ch.23 → Ch.19
7. Đặt cọc & bán chênh an toàn	Ch.27 → Ch.31	Ch.28 → Ch.30	Ch.24 → Ch.32

Vì sao lại là những cặp này? Mỗi ô được chọn từ chính mục 🎯 của các chương, nơi sách đã nói rõ tầng nào nên làm gì trước. Vài ví dụ để bạn thấy logic:

- **Người mới yếu nền móng** đọc Chương 1 rồi Chương 3: có 20 số liệu đầu tiên trong 7 ngày, rồi gói chúng vào bài giới thiệu 60 giây bằng công thức con số + bên thứ ba. Chưa có số liệu thì bài 60 giây không có gì để nói.
- **Người đang bán yếu nền móng** thường không thiếu kiến thức sản phẩm, mà hay giảm giá. Nên đọc Chương 4 (hai cột Giá trị | Giá cả, giảm giá mà không giảm giá) rồi Chương 14 (quy lợi ích ra tiền, thời gian, sức khỏe).
- **Trưởng nhóm yếu hệ thống** đọc Chương 13 trước để biết cách xây đội và chia hoa hồng 7–3, rồi Chương 9 để chọn chia lợi cho đại lý hay cho khách theo trạng thái thị trường.
- **Người mới ở nhóm 7** chưa nên tự đặt cọc lớn. Chương 27 dạy vì sao ưu tiên đặt cọc có công chứng và cách đọc tư cách chủ nhà. Chương 31 dạy năm dấu hiệu của bẫy tại phòng công chứng. Hai chương này giúp bạn quan sát đúng khi đi cùng người có kinh nghiệm.

Đọc xong hai chương trong ô, quay lại hàng của **nhóm thấp thứ hai**, cùng cột, đọc tiếp hai chương ở đó. Bốn chương đầu tiên này là lộ trình 30 ngày của bạn. Những chương còn lại, đọc theo thứ tự sách.

```
LỘ TRÌNH ĐỌC CỦA TÔI

Ô thứ nhất (nhóm thấp nhất):   Chương ___  rồi Chương ___
```

```
Ô thứ hai (nhóm thấp thứ hai): Chương ___  rồi Chương ___

Với mỗi chương, việc tôi làm trong 7 ngày sau khi đọc
(chép từ mục 🎯 đúng tầng của tôi):
Chương ___: _____________________________________________
Chương ___: _____________________________________________
Chương ___: _____________________________________________
Chương ___: _____________________________________________
```

Một lưu ý cho người làm bất động sản: dù nhóm 7 không phải nhóm thấp nhất, hãy đọc **Chương 27 và Chương 31 trước lần đặt cọc lớn tiếp theo**. Những chương khác sai thì mất một khách. Hai chương này sai thì có thể mất một khoản tiền mà nhiều năm mới làm lại được. Và mọi chỗ sách đánh dấu ⚖️, hãy mang câu hỏi đến luật sư hoặc công chứng viên ở địa phương bạn; Phụ lục A gom tất cả những chỗ đó vào một bảng.

Sau 90 ngày: làm lại và đọc kết quả

Đặt lịch ngay bây giờ: ngày //_____, 90 ngày kể từ hôm nay. Hôm đó, lấy một tờ giấy mới, làm lại Phần A và Phần B **mà không nhìn tờ cũ**. Làm xong mới đặt hai tờ cạnh nhau.

Đọc kết quả theo ba câu hỏi:

Một: nhóm thấp nhất cũ đã lên bao nhiêu điểm? Lên 2 điểm trở lên là bạn đã làm thật, không chỉ đọc. Lên dưới 1 điểm thường có nghĩa là bạn đọc xong nhưng không làm việc trong mục 🎯. Quay lại chương đó, chỉ chọn một việc, làm trong 7 ngày.

Hai: con số ở Phần A có đi cùng chiều với điểm ở Phần B không? Điểm tự chấm có thể ảo. Con số thì không. Nếu bạn chấm nhóm 4 tăng từ 4 lên 7 mà dòng 8 (danh sách khách) vẫn đứng yên, hãy tin con số. Ngược lại, nếu tỷ lệ chốt ở dòng 3 tăng mà điểm nhóm 5 chưa đổi nhiều, có lẽ lần trước bạn chấm mình quá khắt khe. Điều đó cũng tốt.

Ba: nhóm thấp nhất mới là nhóm nào? Nó gần như chắc chắn sẽ khác nhóm cũ. Đó là dấu hiệu bạn đang đi lên, không phải dấu hiệu bạn kém thêm ở chỗ khác. Tra lại bảng ở Phần D với nhóm mới. Nếu tầng của bạn đã đổi, ví dụ từ 🌱 lên 🔥 vì đã có doanh số đều, hãy dùng cột mới.

```
SO SÁNH SAU 90 NGÀY

                          Lần 1      Lần 2      Thay đổi
Tỷ lệ chốt (dòng 3)       ___ %      ___ %      _______
Khách giới thiệu          ___        ___        _______
Số liệu có nguồn          ___        ___        _______
Nhóm thấp nhất            Nhóm ___   Nhóm ___
Điểm nhóm thấp nhất cũ    ___        ___        _______
Tầng                      ___        ___

Một việc đã thay đổi cách tôi bán nhiều nhất:
_____________________________________________________________
```

Ở Chương 1, tôi nói đi từ 5 lên 8 điểm là việc ai cũng làm được, nếu rèn luyện đúng phương pháp. Bài tự định vị này là cách bạn biết mình đã đi được bao xa, và đang rèn đúng chỗ hay chưa. Làm lại nó mỗi 90 ngày, như người đi đường dài thỉnh thoảng dừng lại xem bản đồ. Không phải vì lạc, mà để chắc rằng mình vẫn đang đi về phía mình muốn.

Giờ thì mở chương đầu tiên trong lộ trình của bạn. Nếu chưa biết bắt đầu từ đâu, đọc Mười khái niệm và Bản đồ 1 ở ngay sau bài này, rồi Chương 1: đó luôn là lựa chọn không sai. Muốn biết mỗi chương có lời thoại nào đi kèm, xem bảng ở trang giới thiệu Phần III.

Làm ngay: bài kiểm tra Lần 1

Trước khi lật sang Chương 1, còn một việc mười lăm phút nữa. Mở **Phụ lục D** ở cuối sách và làm bài kiểm tra 30 câu **Lần 1** ngay bây giờ, khi bạn chưa đọc chương nào.

- **Không mở sách.** Không biết thì chọn theo cách bạn đang làm thật ngoài đời, đừng đoán theo đáp án nghe hay.
- **Ghi lựa chọn vào cột Lần 1 của phiếu trả lời**, kèm ngày làm. Chưa mở bảng đáp án: biết đáp án sớm thì Lần 2 không còn đo được gì.
- **Đọc xong cả cuốn sách thì làm Lần 2**, che cột Lần 1 lại. Làm xong mới mở bảng đáp án, chấm cả hai cột cùng lúc. Nhóm nào điểm không nhích lên, nhóm đó cần đọc lại.

Bài tự định vị cho bạn biết mình đang **làm** thế nào. Bài kiểm tra cho bạn biết mình đang **hiểu** thế nào. Hai tờ giấy ấy cộng lại là điểm A của bạn.