

คัมภีร์ นักขาย ยุคดิจิทัล:

เปลี่ยนยอดโลก ให้กลายเป็นลูกค้า

(The Digital Sales Bible: Turning Likes into Customers)



1



เปลี่ยนการ
“ขาย” เป็นการ
“แก้ปัญหา”

2



คุณค่าคือ
แม่เหล็กดึงดูด

3



สร้างความสัมพันธ์
เหนือกำไร

4



ใช้อารมณ์นำทาง
ใช้เหตุผลสนับสนุน

ยอดโลก
ไม่ใช่จุดจบ

แต่คือจุดเริ่มต้น
ของการขายยุคใหม่



4 กฎเหล็ก เปลี่ยนยอดโลกให้เป็นลูกค้า

1. เปลี่ยนการ "ขาย" เป็นการ "แก้ปัญหา"

"การขายที่ดีที่สุดคือการไม่ขาย แต่คือการเป็นที่ปรึกษา ช่วยลูกค้าคิดและตัดสินใจ"

แนวคิด: เลิกยึดเยียดคุณสมบัติสินค้า แต่จงนำเสนอทางออกที่ตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าแต่ละคน

2. คุณค่าคือแม่เหล็กดึงดูด

"การถูกทำให้สนใจ คือการทำตัวให้น่าสนใจ" — Dale Carnegie

แนวคิด: คอนเทนต์ต้องให้ความรู้ สร้างความบันเทิง หรือมอบแรงบันดาลใจ ก่อนจะขายสินค้า

3. สร้างความสัมพันธ์เหนือกำไร

"นักขายที่ยิ่งใหญ่คือผู้สร้างความสัมพันธ์ ซึ่งต้องมอบคุณค่าและช่วยให้ลูกค้าได้ประโยชน์" — Jeffrey Gitomer

แนวคิด: เปลี่ยนจากลูกค้าขาจรให้กลายเป็นลูกค้าประจำ ด้วยการดูแลเอาใจใส่และสร้างความไว้วางใจ

4. ใช้อารมณ์ (สร้างคุณค่า) นำทาง ใช้เหตุผลสนับสนุน

"ไม่มีการขาย ถ้าไม่มีเรื่องราว" — Gary Vaynerchuk

แนวคิด: การทำธุรกิจต้องบอกเล่าเรื่องราวที่โดนใจ (Storytelling) เพื่อกระตุ้นให้เกิดอารมณ์อยากซื้อ

ปรับ Mindset สู่ยอดขายในยุคดิจิทัล

ยอดโลกสะท้อนความตื่นตัว แต่ยอดขายสะท้อนความผูกพัน:

อย่าหยุดแค่ตัวเลขยอดกดถูกใจ ให้โฟกัสที่การสร้าง Community หรือกลุ่มผู้ติดตามที่จงรักภักดี

ความสม่ำเสมอสร้างความเชื่อมั่น: การโพสต์เนื้อหาที่เป็นประโยชน์อย่างต่อเนื่องจะทำให้แบรนด์ของคุณอยู่ในใจลูกค้าในยามที่เขาต้องการสินค้า

โฟกัสที่ปัญหาของลูกค้า: เข้าไปมีส่วนร่วมในการตอบคอมเมนต์ และข้อความส่วนตัว (Inbox) เพื่อเปลี่ยนผู้ชมทั่วไปให้กลายเป็นผู้ซื้อตัวจริง

อัปเดตเทคนิคการตลาด และแรงบันดาลใจเพิ่มเติมเพื่อต่อยอดธุรกิจของคุณได้จากแหล่งรวมไอเดียชั้นนำอย่าง Marketers Online หรือติดตามแนวคิดจิตวิทยาผู้บริโภคจาก LinkedIn

ข้อมูลภาพรวมโดย AI

หน้าลิขสิทธิ์อู่ค

สถาบันส่งเสริมการพัฒนาบุคลากร(IBC GROUP)

คัมภีร์นักขายยุคดิจิทัล เปลี่ยนยอดไลก์ให้กลายเป็นลูกค้า

(The Digital Sales Bible: Turning Likes into Customers)

ราคา-220-บาท

ข้อมูลบรรณานุกรมของหอสมุดแห่งชาติ

- ยอดไลก์คือ "ความสนใจ" แต่ยอดเงินคือ "ความเชื่อใจ"จากการสื่อสารทั้งคำพูดและสื่อออนไลน์
- คัมภีร์นักขายยุคดิจิทัลต้องเปลี่ยนความประทับใจบนหน้าจอให้เป็นความสัมพันธ์ระยะยาวกับผู้ติดต่อ
- พบกับแนวทางที่จะนำพาลักคิและคำคมที่จะช่วยให้คุณพัฒนาทักษะความสามารถด้วยการลงมือทำ
- แปลงยอดกดถูกใจการติดต่อทุกรูปแบบที่นักขายใช้ได้บันดลให้กลายเป็นยอดขายที่แท้จริง

ISBN (E-BOOK) -978-616-95305-0-3

บรรณาธิการต้นฉบับ สมชาติ กิจยรรยง

ศิลปกรรม/ออกแบบปก นางสาววิวรรณ ไชยวัชรนนท์

พิสูจน์อักษรโดย นางสาวสุดารัตน์ ตายี่จัน

อีเมล sudarat.tyj@gmail.com

จัดพิมพ์ และจัดจำหน่ายโดยสมชาติ กิจยรรยง

399 ถ.ลาดพร้าว121 คลองจั่น บางกะปิ กทม.10240

คำนำ

คัมภีร์นักขายยุคดิจิทัล: เปลี่ยนยอดไลก์ให้กลายเป็นลูกค้า

(The Digital Sales Bible: Turning Likes into Customers)

แนวทางในการเปลี่ยนยอดไลก์ให้เป็นยอดขายด้วยหัวใจสำคัญ 3 ประการ ได้แก่ ความจริงใจ (Authentic Content) การสร้างปฏิสัมพันธ์ (Engagement) และการปิดการขายแบบไร้รอยต่อ อ่านคัมภีร์นักขายยุคดิจิทัล เพื่ออัปเดตทักษะการขายของคุณได้เลย:

ในยุคที่หน้าจอก็คือหน้าร้าน และยอดไลก์ (Like) คือเสียงปรบมือ การเป็นนักขายที่เก่งกาจไม่ได้วัดกันที่จำนวนคนที่เดินผ่านหน้าร้านอีกต่อไป แต่วัดกันที่ความสามารถในการ "หยุดนิ้วโป้ง" และเปลี่ยนความสนใจชั่ววูบให้กลายเป็นความภักดีในตัวสินค้าและแบรนด์ของคุณ คัมภีร์ฉบับนี้รวบรวมหัวใจสำคัญของการขายในยุคดิจิทัล ซึ่งถูกสรุปและกลั่นกรองออกมาเป็นขั้นตอนที่เข้าใจง่าย ดังนี้:

จากความประทับใจสู่ความต้องการ (Impression to Desire): การทำความเข้าใจพฤติกรรมลูกค้าผ่านข้อมูล (Data Analytics) และการเลือกใช้เครื่องมือการตลาดออนไลน์ ที่เหมาะสม เพื่อเปลี่ยนยอดไลก์ให้เป็น Conversion

ศิลปะการเล่าเรื่อง (Storytelling): เปลี่ยนจากการยึดเย็ดขายตรง เป็นการสร้างเรื่องราวที่เชื่อมโยงกับ Pain Point ของผู้บริโภค นำเสนอคุณค่า (Value) ที่แท้จริง เพื่อให้ลูกค้าเห็นภาพว่าสินค้าหรือบริการของคุณจะช่วยแก้ปัญหาให้เขาได้อย่างไร

สร้างความน่าเชื่อถือ และการมีส่วนร่วม (Trust & Engagement): เมื่อผู้คนมีทางเลือกมากมาย สิ่งที่จะมัดใจลูกค้าได้คือความจริงใจ การสร้างตัวตนที่เข้าถึงง่าย และการตอบสนองที่รวดเร็ว (Responsive) เพราะในโลกออนไลน์ ลูกค้าไม่ได้ซื้อแค่ "สินค้า" แต่ซื้อ "ประสบการณ์" และ "ความรู้สึก" พร้อมหรือยังที่จะเปิดประตูสู่การเป็นนักขายยุคดิจิทัลอย่างเต็มตัว? ศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับเทคนิคการทำการตลาดเพื่อเปลี่ยนยอดโลกให้กลายเป็นลูกค้าอย่างยั่งยืนได้จากเนื้อหาสาระในเล่มนี้

ข้อมูลภาพรวมโดย AI

จากแนวทาง ข้อคิด วิธีการและกุศโลบายที่แนะนำอยู่ในบทต่างๆ ที่สร้างให้ท่านสามารถที่จะใช้ “หนึ่งสมอง และสองมือ” ได้อย่างมีกำลังใจ พร้อมทั้งความมุ่งมั่นในการติดต่อทำงานผ่านอุปสรรคที่เป็นเรื่องทดสอบกำลังใจ ทำให้ท่านสามารถบันดาผลงานให้เกิดการซื้อขายให้เกิดการ “ขายได้อย่างผู้ชนะ” คือชนะใจลูกค้าในที่สุดที่ แม้เกิด “ข้อโต้แย้งใดๆก็ตามก็จะไม่โต้เถียง” นั่นเอง

หนังสือเล่มนี้จะช่วยให้ท่านผู้อ่านเกิด ความรู้ ความเข้าใจ มีความสามารถ และมีทัศนคติในการทำงานได้อย่างมุ่งมั่น โดยมี “เป้าหมายเป็นหลักอุปสรรคคือเครื่องทดสอบจิตใจนั้นเป็นรอง” ที่เหมาะสำหรับนักขายและผู้บริหารในทุกระดับ ทุกสินค้า และบริการต่างๆ ในอันที่จะบันดาลให้พบทางออกไปสู่ “ชัยชนะหรือความสำเร็จ” ท่ามกลางปัญหาหรืออุปสรรคในการทำงานจำไว้นะครับ “ร้อยดีเริ่มต้นที่ก้าวแรก” หนังสือเล่มนี้จะนำพาท่านให้ก้าวไปสู่ความสำเร็จอย่างรวดเร็วในยุคเศรษฐกิจใหม่นั้นเอง

ด้วยความปรารถนาดี

สมชาติ กิจยรรยง

สารบัญ คัมภีร์นักขายยุคดิจิทัล:เปลี่ยนยอดไลก์ให้กลายเป็นลูกค้า

(The Digital Sales Bible: Turning Likes into Customers)

เรื่อง	หน้า
บทที่ 1 ความเข้าใจเบื้องต้นในอาชีพการขาย (Understanding the Sales Profession)	1
บทที่ 2 นักขายที่ลูกค้าต้องการ (The Salesperson Customers Want)	8
บทที่ 3 คุณลักษณะของนักขายอย่างสร้างสรรค์ (Characteristics of a Creative Salesperson)	14
บทที่ 4 พฤติกรรมการซื้อของลูกค้า (Customer purchasing behavior)	26
บทที่ 5 พัฒนาคุณสมบัติเพื่อสร้างทรัพย์สิน (Develop qualities to build wealth)	38
บทที่ 6 การตลาดเพื่อการขายสำหรับนักขาย (Sales-Oriented Marketing for Salespeople)	47
บทที่ 7 กลยุทธ์การขายในยุคปัจจุบัน (Modern-Day Sales Strategies)	53
บทที่ 8 สร้างเสน่ห์ในการขาย (Create sales appeal)	63

สารบัญ คัมภีร์นักขายยุคดิจิทัล:เปลี่ยนยอดไลก์ให้กลายเป็นลูกค้า

(The Digital Sales Bible: Turning Likes into Customers)

เรื่อง	หน้า
บทที่ 9 ตกม้าเพราะใคร	69
(Who caused the downfall?)	
บทที่ 10 รู้ไหมสิ่งที่ลูกค้าต้องการอะไรบ้าง	73
(Do you know what customers want?)	
บทที่ 11 บทบาทของนักขายมืออาชีพที่ควรจะทำ	87
(The Role of a Professional Salesperson)	
บทที่ 12 จะปรับเปลี่ยนแนวทางการขายได้อย่างไรในภาวะปัจจุบัน	92
(How can sales strategies be adapted to the current situation?)	
บทที่ 13 การเตรียมการก่อนออกสนามการขาย	98
(Preparation before heading out for sales calls)	
บทที่ 14 แปรเปลี่ยนชีวิตใหม่ให้ดีกว่าเดิม	102
(Transform your life into something better)	
บทที่ 15 ก่อนลงสู่สนามการขาย	109
(Before entering the sales arena)	
บทที่ 16 ใช้สื่อเครื่องมือหรืออุปกรณ์การขายให้ได้ผล	115
(Effectively utilize sales media, tools, or equipment)	

สารบัญ คัมภีร์นักขายยุคดิจิทัล: เปลี่ยนยอดไลก์ให้กลายเป็นลูกค้า

(The Digital Sales Bible: Turning Likes into Customers)

เรื่อง	หน้า
บทที่ 17 ติดต่อลูกค้าอย่างไรให้เป็นมืออาชีพ	120
(How to communicate professionally with clients)	
บทที่ 18 คัมภีร์การขายอยู่อย่างไรในอาชีพขาย	127
(What is the "Sales Bible" in the sales profession?)	
บทที่ 19 ขั้นตอนสู่ความสำเร็จ	134
(What is the "Sales Bible" in the sales profession?)	
บทที่ 20 เคล็ดลับที่ไม่ลับในการทำยอดขายสูงสุด	141
(Not-so-secret tips for maximizing sales)	
บทที่ 21 ขายให้ชนะคู่แข่ง	149
(Outsell the competition)	
บทที่ 22 ถนนสู่เป้าหมาย	161
(The Road to the Goal)	
บทที่ 23 เทคนิคการขายตนเอง ก่อนการขายสินค้า	171
(Techniques for Selling Yourself Before Selling the Product)	
บทที่ 24 เทคนิคการพูดเพื่อการเสนอขายให้ได้ผล	179
(Effective Sales Pitching Techniques)	

สารบัญ คัมภีร์นักขายยุคดิจิทัล: เปลี่ยนยอดไลก์ให้กลายเป็นลูกค้า

(The Digital Sales Bible: Turning Likes into Customers)

เรื่อง	หน้า
บทที่ 25 เทคนิคการนำเสนออย่างมืออาชีพ (Professional Presentation Techniques)	188
บทที่ 26 เพิ่มยอดขายได้เพิ่มผลงาน (Boost sales and increase performance)	199
บทที่ 27 เทคนิคการบริหารเวลาสำหรับนักขาย (Time Management Techniques for Salespeople)	202
บทที่ 28 ไม่ได้ไม่มี – ไม่ดีไม่ได้ (It's not that it doesn't exist – it's not that it's not good)	208
บทที่ 29 ยุทธวิธีที่ใช้ในการเข้าพบเพื่อนำเสนอขาย (Tactics used for sales presentation meetings)	212
บทที่ 30 เราต้องขายอะไรบ้างเวลาไปพบผู้มุ่งหวัง (What do we need to sell when meeting with prospects?)	218
บทที่ 31 กิจวัตรของนักขายที่ประสบความสำเร็จ (The Daily Routine of Successful Salespeople)	226
บทที่ 32 สู่ฝันด้วยการฝ่าฝืน (Pursuing dreams through perseverance)	230

สารบัญ คัมภีร์นักขายยุคดิจิทัล: เปลี่ยนยอดไลก์ให้กลายเป็นลูกค้า

(The Digital Sales Bible: Turning Likes into Customers)

เรื่อง	หน้า
บทที่ 33 ศิลปะการพูดเพื่อการขายที่ทรงประสิทธิภาพ	239
(The Art of Highly Effective Sales Communication)	
บทที่ 34 ศิลปะการสร้างกำลังใจเพื่องานขาย	250
(The Art of Building Motivation for Sales)	
บทที่ 35 สร้างพลังจิต สร้างภาพ สร้างความสำเร็จ	257
(Build mental power, visualize, and achieve success)	
บทที่ 36 สวนกระแสแรงกดดันจากการขาย	266
(Bucking the pressure from selling)	
บทที่ 37 วิธีคิดเพื่อพิชิตยอดขาย	270
(The Mindset to Crush Sales Targets)	
บทที่ 38 การเสนอขายอย่างมืออาชีพ	276
(Professional sales pitch)	
บทที่ 39 เทคนิค และศิลปะการเจรจาต่อรอง	284
(Techniques and the Art of Negotiation)	
บทที่ 40 ลูกค้าหลากหลายชนิดกับการปิดการขาย	295
(Different Types of Customers and Closing the Sale)	

สารบัญ คัมภีร์นักขายยุคดิจิทัล: เปลี่ยนยอดไลก์ให้กลายเป็นลูกค้า

(The Digital Sales Bible: Turning Likes into Customers)

เรื่อง	หน้า
บทที่ 41 108 ปัญหาข้อโต้แย้งและการทำลายกำแพงปฏิเสธ	306
(108 Objections and Breaking Down Barriers of Refusal)	
บทที่ 42 เทคนิค และศิลปะในการปิดการขาย	318
(Techniques and the Art of Closing a Sale)	
บทที่ 43 เทคนิคแนวทางการปิดการขาย	341
(Sales closing techniques)	
บทที่ 44 การบริการหลังการขายของนักขายสมัยใหม่	352
(After-sales Service by Modern Sales Professionals)	
บทที่ 45 จรรยาบรรณ และมารยาทของนักขาย	362
(Salesperson Ethics and Etiquette)	

บทนำ

คัมภีร์นักขายยุคดิจิทัล: เปลี่ยนยอดไลก์ให้กลายเป็นลูกค้า

(The Digital Sales Bible: Turning Likes into Customers)

สำหรับในยุคดิจิทัล การตลาดไม่ใช่แค่การประกาศขายสินค้า แต่คือการสร้างคุณค่า เปลี่ยน "ยอดไลก์" ซึ่งเป็นเพียงความสนใจผิวเผินให้กลายเป็น "ลูกค้า" ที่สร้างรายได้จริง ผ่านการเปลี่ยนผ่านผู้คนในโลกออนไลน์ให้เข้าสู่กระบวนการตัดสินใจซื้ออย่างเป็นระบบ

ปรับ Mindset: จากผู้สร้างคอนเทนต์สู่ นักขายดิจิทัล

กุญแจสำคัญคือการทำความเข้าใจว่ายอดไลก์ (Engagement) เป็นเพียงจุดเริ่มต้น นักขายยุคใหม่ต้องเปลี่ยนผ่านผู้ติดตาม (Audience) ให้กลายเป็นผู้ซื้อด้วยการสร้างความไว้วางใจ

เปลี่ยนความสนใจให้เป็นความต้องการ: เปลี่ยนจากการขายตรงๆ เป็นการเล่าเรื่อง (Storytelling) ที่แก้ปัญหาให้ลูกค้า

สร้าง Call to Action (CTA): ทุกโพสต์หรือวิดีโอต้องมีคำสั่งที่ชัดเจน เช่น "คลิกที่ลิงก์", "ทักแชทเพื่อรับโปรโมชั่น"

ใช้เครื่องมือ Chat Automation: เปลี่ยนการตอบกลับคอมเมนต์และข้อความให้เป็นระบบอัตโนมัติ เพื่อปิดการขายได้ทันทีที่ลูกค้าเกิดความสงสัย

4 ขั้นตอนสำคัญในการเปลี่ยนยอดโลกเป็นยอดขาย

เพื่อให้กลยุทธ์การเปลี่ยนยอดโลกเป็นลูกค้าสำเร็จได้อย่างเป็นรูปธรรม คุณสามารถปฏิบัติตามแนวทาง Customer Journey ดังนี้:

1. **ดึงดูด (Awareness):** สร้างคอนเทนต์ที่แก้ปัญหาหรือตรงใจกลุ่มเป้าหมาย เพื่อสร้างยอดโลกและการมองเห็น
2. **สร้างความผูกพัน (Interest):** เปลี่ยนคนที่กดไลก์ให้มาติดตามเพจหรือเข้าร่วมกลุ่ม (Community) เพื่อสร้างความคุ้นเคย
3. **กระตุ้นความต้องการ (Desire):** นำเสนอรีวิว เคสตัวอย่าง หรือโปรโมชั่นพิเศษ เพื่อให้ลูกค้ารู้สึกว่ "สินค้านี้ขาดไม่ได้"
4. **ปิดการขาย (Action):** ให้ข้อมูลที่ชัดเจนและช่องทางติดต่อที่สะดวก เพื่อให้ลูกค้าตัดสินใจโอนเงินหรือซื้อสินค้าทันที

สำหรับคำแนะนำเชิงลึกเกี่ยวกับหลักการเปลี่ยนยอดโลกบนโซเชียลมีเดียให้กลายเป็นลูกค้าตัวจริง

ข้อมูลภาพรวมโดย AI

บทที่ 1 ความเข้าใจเบื้องต้นในอาชีพการขาย

(Understanding the Sales Profession)

งานขาย เป็นอาชีพเก่าแก่อาชีพหนึ่ง ที่สร้างสรรค์สังคม และการดำเนินชีวิตของพลโลกอย่างมีคุณภาพ ด้วยความพึงพอใจในการแลกเปลี่ยนไม่ว่าจะเป็น สินค้าต่อสินค้า หรือสินค้าต่อทรัพย์สิน หรือสินค้าต่อเงินตราสกุลต่างๆ

ถึงแม้กาลเวลาและยุคสมัยจะเปลี่ยนแปลงไป แต่แก่นแท้ของผู้ที่อยู่ในอาชีพ “งานขาย” ซึ่งจะขอเรียกว่า “นักขาย” ต่างก็ต้องการแสวงหาความสำเร็จในงานอาชีพของตนเสมอมา เราจึงควรศึกษากันดูว่า ผู้ที่แสวงหาความเป็น “นักขายมืออาชีพ” นั้น จะต้องมีความเข้าใจในรูปธรรมของความสำเร็จในด้านใด

คุณสมบัติของนักขายที่ดี จะต้องประกอบด้วย

จงเป็นนักขายทั้งตัวและหัวใจ มีใจรักงานขาย มีทัศนคติที่ดีต่อสินค้า ต่อบริษัท ต่อลูกค้า และเพื่อนร่วมงานขาย

จงเป็นนักขายที่เข้าใจสินค้า เข้าใจระบบงานขาย และวิธีการขาย ความมั่นใจในตัวเอง และมั่นใจในธุรกิจนี้

จงเป็นนักขายที่ทำงานอย่างสม่ำเสมอ ขยันพบปะและกล้าที่จะพบกับคนแปลกหน้า มีความกระตือรือร้น พุ่มพเพให้กับงาน หมั่นหาผู้มุ่งหวัง ทั้งลูกค้าศูนย์อิทธิพล หรือผู้ร่วมงานใหม่เพิ่มเติมเรื่อยๆ

จงเป็นนักขายที่ทำงานอย่างมีจุดมุ่งหมาย เพื่อมุ่งไปสู่ความสำเร็จ มีการวางแผนการขาย มีเป้าหมายส่วนตัวที่จะทำงานขาย เพื่อพิชิต ยอดขายให้ชนะ ผลงานในอดีตตลอดเวลา

จงเป็นนักขายที่หมั่นสำรวจ และปรับปรุงตนเองอยู่ตลอดเวลา ปรับปรุงทั้งบุคลิกภาพภายนอก การพูด การแต่งกาย ความสุภาพ ตลอดจนวิธีการขายของคนอื่นๆ ที่ประสบความสำเร็จนำออกไปใช้บ้าง

จงเป็นนักขายที่ดี มีคุณภาพ มีผลงานสม่ำเสมอ มีจรรยาบรรณใน อาชีพขาย มีศักดิ์ศรี มีคุณธรรมในจิตใจและใฝ่หาความรู้อยู่เสมอ

บันได 9 ขั้น สู่ความสำเร็จของอาชีพขาย

การก้าวไปสู่ความสำเร็จในอาชีพขายนั้น มีบันไดที่ทุกคนพึงต้อง ก้าว ต้องปฏิบัติอยู่อย่างสม่ำเสมออย่างน้อยถึง 9 ขั้น ดังนี้

1. ศึกษาเรื่องต่างๆ ไปเกี่ยวกับบริษัทเสียก่อน เช่น ประวัติความเป็นมา นโยบาย ระบบงาน การจ่ายผลประโยชน์ ฯลฯ
2. ศึกษา และทำความรู้จัก ทำความเข้าใจกับตัวสินค้าที่จะเสนอขาย รวมทั้งการบริการต่างๆ ที่เกี่ยวกับตัวสินค้า เช่น ของแถม การรับประกัน ฯลฯ
3. พยายามทำความเข้าใจถึงเทคนิคและวิธีการแบบต่างๆ เช่น การขายแบบเงินสด การขายแบบเงินผ่อน เงื่อนไขต่างๆ ในการขาย ฯลฯ

4. จงเตรียมพร้อมเสมอสำหรับเครื่องมืออุปกรณ์ในการขาย เช่น แคลคูลอก ตัวอย่างสินค้า เอกสารต่างๆ ฯลฯ

5. จงสร้างอาณาจักรลูกค้าของท่านให้การขวางและหมั่นพบปะกับบุคคลต่างๆ เพื่อเสนอขายสินค้า ศึกษาวิธีตลอดจนแนวทางการหาลูกค้าให้เข้าใจ

6. เมื่อท่านนั่งต่อหน้าลูกค้าแล้ว จงสร้างความประทับใจและความเชื่อถือให้แก่ลูกค้า มีความเชื่อมั่นในตัวท่านเพิ่มขึ้นให้ได้ อาทิ ความตรงต่อเวลา ความสุภาพเรียบร้อย ความสามารถทางการสาธิต อธิบาย ชี้แนะนำให้การใช้สินค้าและวิธีการรักษา ฯลฯ

7. จงระลึกเสมอว่าเมื่อท่านทำงานขายต้อง อย่าโก่งลูกค้า อย่าโก่งบริษัท และอย่าโก่งเพื่อร่วมงาน (อาชีพ)

8. จงสร้างมิตรภาพกับทุกๆ คนที่ทำงานขายทั้งพนักงานของบริษัท และทั้งลูกค้า เพื่ออนาคตทางการขายอันยืนยาวของท่าน เพื่อความสะดวกต่างๆ ของท่านในการทำงาน และเพื่อยอดขายของท่านเอง

9. หมั่นเข้าบริษัทเมื่อมีการประชุม เพื่อรับฟังข่าวสารต่างๆ ที่สำคัญเพื่อทราบความเคลื่อนไหวเกี่ยวกับตัวสินค้า

คุณลักษณะนักขายยุคใหม่

กาลเวลาที่เปลี่ยนไป สังคมและความคิดของผู้บริโภคก็ผันแปรไปตามยุคสมัย ในยุคเศรษฐกิจใหม่ที่เรากำลังเผชิญกันอยู่นี้ นักขายที่ดีก็จำเป็นต้องมีคุณลักษณะดังต่อไปนี้

1. ชอบรู้จักผู้คน
2. สนใจคนอื่นว่า
3. หมั่นหาประสบการณ์
4. ทำงานด้วยเทคนิค
5. พลิกกลยุทธ์คู่แข่ง
6. ให้อีกแบ่งเวลา
7. ขยันค้นหารายชื่อ
8. นับถือในงานอาชีพ
9. เร่งรีบบริการ
10. ต้องเตรียมงานล่วงหน้า
11. รู้จักพัฒนาบุคลิก
12. ไม่หลุกหลิกโลเล
13. ไม่ทำเท่ วางท่า
14. เสาะหาวิชาการ
15. ไม่ลำราญเกินตัว
16. ไม่ต้องกลับลูกคำ
17. มาประชุมไม่เคยขาด
18. มีมาคของผู้ดี
19. มีแต่ความเชื่อมั่น
20. มนุษย์สัมพันธ์เป็นเลิศ
21. เพลิดเพลินกับการงาน
22. ไม่ทำลายลูกคำ
23. อย่าทำผิดกฎระเบียบ
24. เขียนขาดในงานขาย
25. รู้จักทำทนายผลงาน
26. รักทีมงาน (องค์การ)
ของตน
27. อดทน/อดอ้อม
28. อ่อนน้อมถ่อมตน
29. สนใจความก้าวหน้า
30. คบหาแต่คนดี

คุณสมบัติโดยรวมของยอดนักขายมืออาชีพ

มาถึงตอนนี้แล้ว การจะก้าวต่อไปสู่ความเป็นนักขายมืออาชีพ ถือได้ว่าเปิดกว้างต่อผู้แสวงหาโอกาส และประพฤติปฏิบัติตนด้วยคุณสมบัติต่างๆ คือ

1. รักในอาชีพการขาย
2. ทักษะที่ดี และมองโลกในแง่ดี
3. ขยัน กระตือรือร้น
4. อุตุน พยายาม
5. ซื่อสัตย์ จรงใจ
6. รับผิดชอบต่อน้ำที่
7. ตรงต่อเวลา
8. รักความก้าวหน้า
9. อารมณดี ร่าเรงแจ่มใส
10. รู้จักควบคุมอารมณ
11. ละเอียครอบคอบ
12. รู้จักกาลเทศะ
13. มีความจดจำดี
14. ยิ้มแย้มแจ่มใส
15. มีความคิดสร้างสรรค์
16. มีความเป็นมิตร มนุษย์สัมพันธ์ดี

17. รักษาความมั่นคงสัญญา
18. มีความสามารถขาย(เปิด-ปิดขาย)
19. รู้จักใช้จิตวิทยา
20. บุคลิกภาพที่ดี
21. มีความรอบรู้ในงาน
22. มีความเชื่อมั่น
23. มีความรู้รอบตัวดี
24. มีการเตรียมการและวางแผนที่ดี
25. มีไหวพริบ
26. มีศิลปะการพูด
27. มีศิลปะการฟัง
28. มีความสุภาพ
29. รู้จักพัฒนาตนเองได้ดี
30. ปรับตัวได้ดี
31. บริการดี เอาใจใส่สม่ำเสมอ
32. รู้จักให้เกียรติยกย่อง
33. มีความแนบเนียน
34. สมานฉันท์

ทั้งหมดนี้ ถึงแม้จะเป็นความเข้าใจเบื้องต้น แต่ก็ถือได้ว่าเป็นหัวใจ
สำคัญของความสำเร็จในอาชีพ “นักขาย” ที่ทุกคนต้องยอมรับ ต้องมี
คุณสมบัติ และต้องมีวินัยในการปฏิบัติไปตลอดชีวิต ตราบใดที่เรายังมุ่ง
หมายสู่การเป็น “นักขายมืออาชีพ” ใดๆ ก็ทำได้ ! คุณก็ทำได้ !

บทที่ 2 นักขายที่ลูกค้าต้องการ

(The Salesperson Customers Want)

เวลาเราไปใช้บริการในสถานที่แห่งใดแห่งหนึ่ง เราในฐานะเป็นผู้ใช้บริการ ไม่ปรารถนาที่จะเห็นพฤติกรรมการใช้บริการจากพนักงานเจ้าหน้าที่ หรือบุคลากร ขององค์กร ในฐานะผู้ให้บริการที่แสดงอาการ ยักท่า หน้าอ รอนาน งานมาก ปากเสีย หรือถามคำตอบคำ ทำวามควางฟอร์ม ปล่อยให้ยืนเกือ ใ้รอนาน ไม่ถามไม่ไ่ หรือถ้าจะถามก็ถามเอาแรงเหมือนกับว่า เรา คือ มนุษย์ต่างดาว หรือคนแปลกหน้า ฉนั้นใดก็ฉนั้นนี้ ที่นี้เราลองมาดูกันซิครับว่า ลูกค้าต้องการนักขายแสดงพฤติกรรมเช่นไร เพื่อจะได้ แก่ใจให้ถูกจุดเพื่อรู้เขารู้เรา หรือเอาใจเขามาใส่ใจเราได้แล้ว ปัญหาย่อมลดน้อยถอยลงไปเป็นแน่แท้

1. **เชื่อแต่ไม่เชื่อ** เชื่อว่าพวกเราคงเคยได้ยินคำว่า “**ซื้อกินไม่หมด คดกินไม่นาน**” การทำมาค้าขายประเภทที่เรียกว่า “ตีหัวเข้าบ้าน” หรือหากินแบบ “ย้อมแมวขาย” นั้นหมดยุคสมัยแล้ว นักขายมืออาชีพจะต้องไม่เชื่อขายให้เกิดการล่อลวง หรือเข้าใจผิด หรือไม่ยุติธรรมเกิดขึ้น การชักชวนคนมาร่วมธุรกิจจะต้องไม่ทำให้เกิดความเข้าใจผิดข้อมูลทางธุรกิจ จะต้องแสดงอย่างถูกต้อง โดยไม่ให้ข้อมูลเท็จ หรือยกเมฆ ในลักษณะหลอกล่อนนอกจากนี้นักขายที่ลูกค้าต้องการ ต้องมีปฏิภาณไหวพริบช่วยแก้ไขปัญหาด่าง ๆ ให้เขาได้

2. เก่งแต่ไม่กวน นอกจากความเชื่อสัจย์ที่ลูกค้าต้องการแล้ว “ความเป็นมืออาชีพ” ในการขายหรือสร้างทีมงานของนักขายจะต้องแสดงให้เห็นถึงความเชื่อถือ หรือเชื่อมั่น โดยการแสดงการขายหรือการนำเสนอแบบมืออาชีพที่ “รอบรู้” และ “รู้รอบ” ตอบคำถามต่าง ๆ ได้ด้วยความมั่นใจ ชูใจ และส่งผลประโยชน์ต่อการตัดสินใจของลูกค้า สนทนา ไม่ใช่พอถูกถามคำถามก็พูดจาวกวน จับต้นชนปลายไม่ถูกพอถูกคำถามราคาก็ตอบว่า “เข้าใจว่าราคา, รู้สึกว่าราคา, ประมาณราคา... บาท ครับ/ค่ะ!”

3. แข็งแรงไม่ใช่แข็ง เคยบอกแล้วว่านักขายมืออาชีพจะต้องแข็งแรง แข็งขัน แต่ไม่แข็งกระด้าง อ่อนนุ่มถ่อมตนไม่ใช่อ่อนแอ ไม่เป็นคนอ่อนไหวง่าย แต่ควรจะเป็นคนอ่อนโยนสุภาพรู้จักที่ต่ำที่สูงไปลามาไหว้ ไม่นำเอาความไว้วางใจที่ลูกค้ามอบให้ไปแสวงหาประโยชน์ส่วนตัว แล้วทำให้องค์กร และลูกค้าเกิดความเสียหาย

4. ยิ้มแย้มไม่ใช่ยิ้มวน อาชีพนี้เป็นอาชีพที่จะต้องติดต่อกับผู้คนเสมอมิตรไมตรีที่หยิบยื่นให้ลูกค้าก่อนเจอหน้านักขาย คือ รอยยิ้ม นักขายจะต้องเป็นคนที่ยิ้มง่ายสบายตาก รักผู้อื่น และตื่นตัวบริการ รอยยิ้มช่วยผ่อนคลายบรรยากาศในการดำเนินธุรกิจ และช่วยลดช่องว่างทางอารมณ์ และความคาดหวังระหว่างผู้ให้บริการ และผู้ให้บริการ คือลูกค้า และตัวเรา

5. ยกย่องไม่ใช่ย่อหยับ เชื่อว่าทุก ๆ คนคงเคยถ่ายรูปหมู่ที่มีตัวเรา ยืนถ่ายรูปอยู่ในนั้นด้วย ถ้าจะถามว่าเวลาล้างอัดรูปออกมาเรียบร้อยแล้ว เราจะดูรูปใครก่อน หลาย ๆ คนคงตอบตรงกันว่า “คู่ตัวเรา” ในการดำเนินธุรกิจเราจะต้องรู้จัก ยกย่อง และให้ความสำคัญกับผู้มุ่งหวัง เคารพสิทธิ์ ศักดิ์ศรี รู้ว่าอะไรควรอะไรไม่ควรในการแสดงออกทาง กิริยามารยาทการสนทนา

6. ยืนหยัดไม่ใช่โยกโย้ นักขายที่ถูกค้าชอบ คือ อยากเห็นหน้ากัน นาน ๆ ไม่เปลี่ยนบริษัทบ่อย ๆ ไม่ใช่ทุก ๆ 3 เดือนย้ายบริษัทใหม่ไปเรื่อย ทำตัวเหมือน “นกไรรัง” เมื่อเลือกดำเนินธุรกิจกับบริษัทได้แล้ว เห็นว่า สินค้าดี แผนการตลาดดี มีโอกาสรวยขอให้ลุยไปเลยอย่าทำตัว ลับ ๆ ล่อ ๆ หรือจับปลาหลายมือเกินไปไอ้โน่นก็ดี ไอ้นี้ก็รัก ไอ้โน้นก็ เกรงใจ เลย์ไปทั่วทุกบริษัท

7. จริงใจแต่ไม่จริงใจ นักขายจะต้องรักษาคำพูด คำมั่นสัญญา ไม่ใช่ ต่อหน้าอย่างหนึ่งลับหลังอย่างหนึ่ง เข้าตำรา “ต่อหน้ามะพลับ ลังหลัง ตะโก” โบราณท่านว่าไม่ดี ความจริงใจที่แสดงออกโดยไม่ทำการเสนอ ขาย หรือเสนอโอกาส ในลักษณะล่อลวง หรือทำให้เข้าใจผิด ลับสน หรือไขว้เขว สรรพคุณสินค้าไม่โฆษณาอวดอ้างจนเกินจริง

8. ฟอรั่มดีไม่ใช่ดีแต่ฟอรั่ม นักขายต้องเป็นคนที่มาดี ไม่ใช่เดิน ไปหาลูกค้าด้วยกิริยาเหมือนกับคนหมดอาลัยตายอยาก “ไหล่ ห่อ คอตก หรือออกแอ่น” การแสดงออกต่อสาธารณะชนต้องแสดงตนให้ได้ว่า น่าเชื่อถือ และวางใจ แต่ไม่ใช่ “ทำดีที่เหลว” หรือ “สวยแต่รูปจวบไม่

หอม” แต่งกายดีบุคลิกดี แต่พอถามอะไร ๆ ก็บอกว่า “เดี๋ยวนไม่รู้ ๆ ” อะไรก็ไม่รู้ไม่ทราบแล้วจะให้คิดว่ามาเสนอขายอะไร?

9. พูดดีไม่ใช่ดีแต่พูด ในการเจรจาการขาย หรือเสนอโอกาสทางธุรกิจ จะต้องพูดจาดีมีหลักมีเกณฑ์ มีข้อมูลมีหลักฐาน รู้จักใช้สื่อข้อมูลเอกสารมาช่วยพูด ไม่จำเป็นว่าจะต้องพูดเก่ง แต่ขอให้ “พูดเป็น” ด้วยการเสนอขายไม่จำเป็นต้องยกแม่น้ำปิง วัง ยม น่าน มาสาธยายให้ยืดยาว ถ้ารู้ตัวว่าผู้ฟังไม่ค่อยมีเวลาจะฟัง การเจรจาการเสนอที่ดีจะต้องทำให้ผู้ฟังเข้าใจง่ายได้เห็นสารประโยชน์ ชัดเจน ชักจูง และกระตุ้นให้เกิดโอกาสการตัดสินใจที่สูง โดยไม่จำเป็นต้องพูดจาแบบ “น้ำท่วมทุ่ง ผักบุ้งโหรงเหรง”

10. ทำให้ถูกต้องและถูกใจ ซึ่งก็ไม่ใช่เรื่องง่าย ๆ ระหว่าง “ความถูกต้อง” กับ “ความถูกใจ” เช่น การขายสินค้าตามราคา เวลาเงื่อนไขที่บริษัทกำหนดไม่มีลด แลก แจกแถม เป็นความถูกต้องในแง่ธุรกิจ แต่อาจจะ “ไม่ถูกใจ” ผู้ซื้อ หรือผู้บริโภคก็ได้ การปฏิบัติตามเงื่อนไขบริษัทกำหนด เช่นการรายงานยอด ต้องไม่เกินวันที่ 1 ของเดือนถัดไปนี้คือ “ความถูกต้อง” แต่อาจจะ “ไม่ถูกใจ” นักขายก็เป็นได้ แต่เป็นสิ่งที่ท้าทาย ผู้ปฏิบัติว่า หน้าที่นักขายต้องทำให้ ความถูกต้อง และความถูกใจไปด้วยกันได้ โดยไม่มีปัญหากับผู้เกี่ยวข้องในธุรกิจ

มารยาทของนักขาย

จรรยาบรรณ และมารยาทเป็นสิ่งสำคัญที่พนักงานขายพึงระลึก และปฏิบัติอยู่เสมอ พนักงานขายที่ไม่มีจรรยาบรรณในอาชีพ และมารยาทจะเป็นที่รังเกียจของคนโดยทั่วไป

1. ต่ำหิดีเตียนสินค้าของบริษัทอื่น และไม่ทับถมคู่แข่ง
2. ไม่ติเตียนการตัดสินใจของผู้มุ่งหวังในการที่เขาซื้อสินค้ากับบริษัทอื่น
3. จงแน่ใจว่าทำสามารถรักษาคำมั่นสัญญาได้ก่อนที่จะให้คำมั่นสัญญา
4. ไม่เอ่ยถึงผู้มุ่งหวัง ในลักษณะของการนินทา
5. ไม่ติเตียนพนักงานขายคนก่อน ๆ
6. ไม่แสดงการสนิทสนม และเป็นกันเองกับผู้มุ่งหวังมากเกินไปจนความเกรงใจลดน้อยลง
7. ใช้ภาษาที่ไพเราะ สละสลวย ระวังหู และพูดในแง่บวก
8. ระวังกิริยาวาจา และท่าทางที่ทำให้เกียรติผู้มุ่งหวังมากเกินไปจนความเกรงใจลดน้อยลง
9. ไม่ใช้ศัพท์เทคนิคต่าง ๆ ที่บุคคลนอกวงการมักไม่เข้าใจ จะทำให้เขารู้สึกอึดอัด และรำคาญใจ
10. ไม่เสียเวลามากในการพูดถึงตัวเอง ไม่พูดเรื่องส่วนตัวจนผู้ฟังรู้สึกเบื่อหน่าย
11. ไม่สูบบุหรี่ ไม่ดื่มสุราของมึนเมา ต่อหน้าลูกค้า หรือผู้มุ่งหวัง

12. หมั่นเขียนเขียนลูกค้า และติดตามทีมงาน

13. ไม่ใช่เล่นให้เลี่ยมทั้งทางตรง และทางอ้อมกับผู้มุ่งหวังอันจะทำให้เขาเกิดความไม่ไว้วางใจ

14. เรียกชื่อเขาให้ถูกต้อง ชัดเจน และจดจำได้เสมอ

15. ประพฤติตนอยู่ในจรรยาบรรณ ของอาชีพการขายตลอดไป

นักขายที่ลูกค้าต้องการควรจะต้องการบริการที่เป็นเลิศนอกจากคุณสมบัติหรือคุณลักษณะ10ข้อ รวมทั้งมารยาทของนักขายมีอาชีพตามที่ผู้เขียนกล่าวมาแล้ว การบริการนั้นสามารถที่จะกระทำได้ทั้งก่อน ระหว่าง และภายหลังจากการขายแล้ว ทั้งนี้ก็เพื่อความก้าวหน้าในอาชีพของเราครับ.

บทที่ 3 คุณลักษณะของนักขายอย่างสร้างสรรค์

(Characteristics of a Creative Salesperson)

การขาย คือ การแลกเปลี่ยน เปลี่ยนความเป็นเจ้าของสินค้า

ศิลปะ หมายถึง การชักจูงชี้แจงแนะนำสร้างความพอใจให้บุคคล

ศิลปะการขายเป็นขบวนการขายผลิตภัณฑ์ต่างๆ โดยการวิเคราะห์ความต้องการของบุคคลแต่ละกลุ่มแต่ละประเภท โดยพนักงานขายใช้ความสามารถในการชักจูง แนะนำ และสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้ซื้อในส่วน of สินค้าอื่นๆ มากที่สุด เพื่อนำไปสู่การขายในที่สุด

หน้าที่ และความรับผิดชอบของนักขาย

พนักงานขายเป็นบุคคล ซึ่งมีบทบาทสำคัญที่สุดต่อการขาย เป็นสื่อกลางติดต่อระหว่างฝ่ายจัดการของกิจการ ลูกค้า ตลอดจนบุคคลทั่วไปซึ่งจะกลายเป็นลูกค้าของกิจการในอนาคต ถ้าหากจะกำหนดหน้าที่ที่แน่นอนของนักขายแล้ว เป็นการยากทั้งนี้ขึ้นอยู่กับผลิตภัณฑ์ ช่องทางการจำหน่ายประเภทของลูกค้า และนโยบายของบริษัทซึ่งแตกต่างกันออกไป อย่างไรก็ตามโดยทั่วไปแล้ว พนักงานขายมีหน้าที่โดยทั่วไปกว้าง ๆ 3 ลักษณะ คือ

1. หน้าที่เกี่ยวกับการขายโดยตรง (Direct-Selling) เช่น การแสวงหาผู้มุ่งหวัง (Prospecting) การเขียนใบสั่ง การสาธิต การขาย การเสนอราคา การยื่นเงื่อนไขที่ถูกต้องเหมาะสมกับลูกค้า และนโยบายของบริษัท ฯลฯ

2. หน้าที่เกี่ยวกับการขายโดยทางอ้อม (Indirect-Selling) ได้แก่ การช่วยเหลือเสริมสร้างชื่อเสียงแก่บริษัท การคัดเลือกประเภทลูกค้าที่จะขาย ป้องกันการสูญเสียของบริษัท และรักษาชื่อเสียงของบริษัท หน้าที่ในการช่วยเหลือสนับสนุนโครงการส่งเสริมการขาย การโฆษณาต่าง ๆ ช่วยแก้ปัญหาต่าง ๆ ให้กับลูกค้า การจัดวางสินค้าในร้านให้ลูกค้า การเข้าร่วมประชุมตามระยะเวลาที่บริษัทกำหนด เพื่อร่วมแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ที่พนักงานขายแต่ละคนประสบมา หรือแนะนำเทคนิควิธีการใหม่ ๆ ในการขจัดข้อโต้แย้งกับลูกค้าให้คนอื่นฟัง ในกรณีเกิดเหตุการณ์ทำนองเดียวกัน

3. หน้าที่ในส่วนที่ไม่เกี่ยวข้องกับการขาย (Non-Selling) ได้แก่ การเขียนรายงาน การเก็บเงิน การช่วยฝ่ายจัดการในการบริหารงานขาย เช่น การกำหนดขีดความสามารถของคนเพื่อประกอบการพิจารณา กำหนดโควตาการขายที่เหมาะสม หน้าที่ในการแสวงหาความรู้เพิ่มเติม

ความรับผิดชอบของนักขาย

สรุปได้ว่าพนักงานขายมีความรับผิดชอบที่จะต้องกระทำได้ 5 ประการ คือ

1. กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการขาย

ก. หาผู้มุ่งหวัง

ข. พิจารณาความต้องการของผู้มุ่งหวัง

ค. วางแผนสร้างจุดสนใจ

ง. สัมภาษณ์บุคคลที่คิดว่าสำคัญ