

ปลุกพลัง นักสู้

สร้างตลาดให้ปัง
ดันยอดขายให้พุ่ง

(Fierce Marketing: Ignite Your Market
and Maximize Sales)



ขายการเปลี่ยนแปลง
ไม่ใช่ตัวผลิตภัณฑ์
ลูกค้าได้อยากได้ส่วน
แต่อยากได้รูปแบบ



อย่าคาดหวังจะมี
ความกระตือรือร้นทุกวัน
จงหวังพึ่งวินัยด้วย



ผลิตภัณฑ์หรือบริการ
ของคุณควรตอบสนอง
ความต้องการของตลาด
...ไม่ใช่พยายามสร้างความต้องการ
ขึ้นมาใหม่จากความว่างเปล่า



หมดไฟ ไม่น่ากลัวเท่าหมดเงิน
แรงผลักดันที่ดีที่สุดคือการลงมือทำ
อย่างต่อเนื่อง

สมชาติ กิจยรรยง



ข้อคิดเพื่อกระตุ้นพลังใจเพื่อการขาย

1. คำคมปลุกพลังใจ "นักสู้ธุรกิจ"

"อย่าขยันแค่ตอนขายดี เพราะตอนขายไม่ดี ยิ่งต้องขยันมากขึ้น"

"ความสำเร็จไม่ได้มาจากการรอคอยความพร้อม

แต่มาจากการลงมือทำแม้ยังไม่พร้อม"

"คำดูถูกต่างหากที่เป็นแรงผลักดัน ส่วนคำชมเป็นแค่ลมปาก"

"ทุกก้าวที่เดิน แม้จะช้า... ก็ยังดีกว่าการยืนอยู่ที่เดิม"

"อย่ากลัวคำว่าขายไม่ได้ ให้กลัวคำว่าไม่พอขายดีกว่า"

2. ข้อคิดการสร้างตลาด และการตลาด (Marketing Mindset)

“อย่าไปหาลูกค้าสำหรับสินค้าของคุณ

แต่จงหาผลิตภัณฑ์สำหรับลูกค้าของคุณ”

— เซธ โกลด์มัน

“คุณควรจะลดการจ้องจะเอาแต่ขายลงมา และเริ่มทำงานกับลูกค้าราว

กับว่าพวกเขาซื้อคุณไปเรียบร้อยแล้ว”

— Jill Konrath

“จงสร้างสิ่งที่คน 100 คนชื่นชอบอย่างหัวปักหัวปำ

ไม่ใช่สิ่งที่คน 1 ล้านคนแค่มองผ่าน”

— ไบรอัน เซสกี

“หน้าที่ของเราในฐานะนักการตลาดคือการเข้าใจว่าลูกค้าต้องการซื้อ

อย่างไร และช่วยให้พวกเขาทำเช่นนั้นได้ง่ายที่สุด”

— ไบรอัน ไอเซนเบิร์ก

3. แปะชั้นดันยอคขาย & เพิ่มพลังบวกให้แม่ค้าออนไลน์

"อยากได้ความสำเร็จ ต้องจ่ายด้วยความพยายาม"

"คนปึงไม่รอ คนรอไม่ปึง ไม่กล้าเริ่ม ไม่ลงมือ..."

เมื่อไหร่จะปึงล่ะทีนี้!"

"ไม่มีความสำเร็จใดสร้างเสร็จได้ภายในวันเดียว

วันนี้ยังไม่ปึง พรุ่งนี้สู้ใหม่!"

"การรอเดียวที่นักขายอย่างเราชอบ

คือรอเสียงแจ้งเตือนเงินเข้าบัญชีเท่านั้น!"

"ออเคอร์อาจจะยังไม่มา แต่ความตั้งใจ

และศรัทธาในสินค้าของเราต้องมาเต็มร้อยเสมอ"

ข้อมูลภาพรวมโดย AI

หน้าลิขสิทธิ์อื้บู้ค

สถาบันส่งเสริมการพัฒนาบุคลากร (IBC GROUP)

- ปลุกพลังนักสู้ สร้างตลาดให้ปัง ดันยอดขายให้พุ่ง

พิมพ์ครั้งที่ 1 พ.ศ.2569

ราคา-220-บาท

ข้อมูลบรรณานุกรมของหอสมุดแห่งชาติ

คำคมจากกฎการตลาด และนักธุรกิจระดับโลก

“คนเรามักซื้อสินค้าด้วยอารมณ์ แล้วค่อยหาเหตุผลมาสนับสนุนทีหลัง”

“การตลาด คือขั้นตอน ไม่ใช่การตัดสินใจครั้งเดียว และก็ไม่มีวันเป็นเวทย์มนตร์ใดๆ ทั้งสิ้น”

“ลูกค้าไม่ได้สนว่าคุณจะปิดดีลหรือไม่ก็ตาม แต่พวกเขาสนใจแต่สิ่งที่ทำให้ธุรกิจของพวกเขาดีขึ้น”

“คุณควรจะลดการจ้องเอาแต่ขายลงมา และเริ่มทำงานกับลูกค้าราวกับว่าพวกเขาซื้อคุณไปเรียบร้อยแล้ว”

ISBN (E-BOOK) - 978-616-95345-3-2

บรรณาธิการต้นฉบับ สมชาติ กิจยรรยง

ศิลปกรรม/ออกแบบปก นางสาววิวรรณ ไชยวัชรนนท์

พิสูจน์อักษรโดย นางสาวสุดารัตน์ ต่ายจัน

อีเมล sudarat.tyj@gmail.com

จัดพิมพ์ และจัดจำหน่ายโดยสมชาติ กิจยรรยง

399 ถ.ลาดพร้าว 121 คลองจั่น บางกะปิ กทม.10240

คำนำ

ปลุกพลังนักสู้ สร้างตลาดให้ปัง ดันยอดขายให้พุ่ง

(Fierce Marketing: Ignite Your Market and Maximize Sales)

การตลาดเชิงรุก และดุจัน (Fierce Marketing): ปลุกพลังนักสู้ สร้างตลาดให้ปัง ดันยอดขายให้พุ่ง คือสนามรบธุรกิจยุคใหม่ที่ไม่มีที่สิ้นสุดให้ผู้เล่นที่อ่อนแอ โลกการค้าวันนี้ขับเคลื่อนด้วยความเร็ว ความดุจัน และกลยุทธ์ที่เฉียบคม ผู้ชนะคือคนกล้าที่พร้อมเปลี่ยนวิกฤตให้เป็นโอกาส และเปลี่ยนทุกขดวิวให้กลายเป็นกำไร การสร้างยอดขายให้ปัง และตลาดให้เติบโตในยุคนี้ เริ่มต้นจากการปลุกพลังใจที่ไม่ยอมแพ้ เข้าใจกลุ่มเป้าหมายอย่างลึกซึ้ง และปรับตัวให้ทันกับพฤติกรรมของลูกค้า ความสำเร็จไม่ได้มาเพราะโชคช่วย แต่เกิดจากการวางแผน และการลงมือทำที่เฉียบคม

แนวทางในการปลุกพลังใจนักสู้ก็คือ:อย่ายอมแพ้ในวันที่ขดตก เพราะช่วงเวลาที่ขดลำบากคือโอกาสในการเรียนรู้ และปรับปรุงตัวให้เร็วกว่าคู่แข่ง, ให้ตั้งเป้าหมายให้ชัดเจน และซอยย่อยงานออกเป็นขั้นเล็กๆ เพื่อให้ทีมงาน และตัวคุณเองเดินไปถึงเป้าหมายได้ง่ายขึ้น สร้างทัศนคติเชิงบวก มองปัญหาเป็นความท้าทาย และพร้อมปรับตัวรับความเปลี่ยนแปลงในตลาดตลอดเวลา

มีแนวทางในการสร้างตลาดให้ปัง: วิเคราะห์ข้อมูลลูกค้าเก่า และหาตลาดใหม่ๆ เพื่อขยายโอกาสทางธุรกิจให้กว้างขึ้น, หาจุดเด่นหรือความต่างของสินค้าคุณให้เจอ ว่าทำไมลูกค้าถึงต้องซื้อจากคุณไม่ใช่คู่แข่ง, ที่สำคัญคือใช้สื่อโซเชียลมีเดียและการทำคอนเทนต์ที่มีเรื่องราวโดดเด่น เพื่อดึงดูดความสนใจและสร้างการจดจำ

दनยอขายให้ฟ่งโดยการ: กระตุ้นการตัดสินใจซื้อด้วยโปรโมชั่นที่โดนใจ เช่น ซื้อคู่คุ้มกว่า หรือข้อเสนอพิเศษที่มีเวลาจำกัด, การใช้เทคนิคเสนอขายสินค้าเพิ่มมูลค่า (Up-selling) หรือสินค้าเกี่ยวเนื่อง (Cross-selling) เพื่อเพิ่มมูลค่าต่อบิล, ให้ความสำคัญลูกค้าเดิมด้วยระบบบริหารความสัมพันธ์ลูกค้า (CRM) เพื่อให้เกิดการซื้อซ้ำและบอกต่อ

ถอดรหัสความคุดันในโลกธุรกิจก็คือความเร็วเหนือกว่า: ใครขยับก่อนคนนั้นครองตลาด

หมัดฮุกโดนใจ: สินค้าดีต้องมาพร้อมข้อความที่ทรงพลัง

ไม่กลัวพ่าย: เรียนรู้จากความผิดพลาดแล้วลุกขึ้นสู้ใหม่ทันที

กุญแจสำคัญสู่ความสำเร็จก็คือ: ลุยตลาดด้วยความคิดสร้างสรรค์ที่ฉีกกรอบเดิมๆ

จงสรรหาใช้ข้อมูลจริงนำทางเพื่อลดความเสี่ยงที่อาจจะเกิด ให้มุ่งเป้าไปที่การนำเสนอที่จับขมพร้อมทั้งปิดการขายแบบเนียนขาด

เมื่อก้าวสู่สนามจริง: หนังสือหรือแนวทางชุดนี้จะพาคุณไปพบกับอาวุธลับและวิธีคิดแบบนักสู้ตัวจริง เตรียมตัวให้พร้อม เปิดใจให้กว้างแล้วไปลุยสร้างยอดขายให้ทะลุเป้า ข้อมูลรวมโดย AI

สำหรับแนวทางที่ประสบความสำเร็จก็คือ

1. ปลุกพลังนักสู้ (Mindset & Team Motivation)

สร้างแรงบันดาลใจ: ผู้นำต้องคอยกระตุ้นขวัญและกำลังใจ พร้อมสร้างทัศนคติเชิงบวกให้กับทีม

ตั้งเป้าหมายระยะสั้น: ชอยเป้าหมายใหญ่ให้เป็นเป้าหมายย่อย เพื่อให้ทีมเห็นความสำเร็จใกล้ตัวและไม่ท้อ

พัฒนาทักษะสม่ำเสมอ: จัดอบรมเทคนิคการขาย และการเจรจาต่อรองเพื่อเพิ่มความมั่นใจให้นักสู้ทุกคน

2. สร้างตลาดให้ปัง (Market Creation & Branding)

รู้จักลูกค้าเชิงลึก: ศึกษาพฤติกรรมและความต้องการที่แท้จริงของกลุ่มเป้าหมาย เพื่อออกแบบสินค้าได้ตรงจุด

จุดเด่นที่แตกต่าง: หาจุดแข็งของสินค้าหรือบริการที่คู่แข่งไม่มี แล้วนำเสนอออกมาให้ชัดเจน

เล่าเรื่องราว (Storytelling): ใช้การตลาดแบบเน้นเรื่องราวเพื่อสร้างความผูกพันและกระตุ้นความสนใจจากผู้บริโภค

3. ดันยอดขายให้พุ่ง (Sales Boosting Strategies)

ขยายช่องทางหลากหลาย: ทำการตลาดแบบ Omnichannel หรือเพิ่มช่องทางออนไลน์และโซเชียลมีเดียให้เข้าถึงลูกค้าทุกที่

มัดใจลูกค้าเก่าและใหม่: ดูแลลูกค้าเดิม ทำระบบสมาชิก (CRM) และมองหาฐานลูกค้าใหม่ในตลาดใหม่ๆ

กระตุ้นด้วยโปรโมชั่น: จัดทำข้อเสนอที่น่าดึงดูด เช่น โค้ดส่วนลด
หรือการทำ Up selling เพื่อเพิ่มมูลค่าต่อบิล

โดยองค์รวมของการปลูกพลังนักสู้ สร้างตลาดให้ปัง และค้น
ยอดขายให้พุ่งทะยาน ทำได้โดยการผสมพลังใจของทีมเข้ากับกลยุทธ์
การตลาดและการขายที่เฉียบคมซึ่งมีเนื้อหาสาระรอท่านอยู่ครบครัน

ด้วยความปรารถนาดี

สมชาติ กิจยรรยง

สารบัญปลุกพลังนักสู้ สร้างตลาดให้ปัง ดันยอดขายให้พุ่ง

(Fierce Marketing: Ignite Your Market and Maximize Sales)

เรื่อง	หน้า
บทที่ 1 ความเข้าใจเบื้องต้นในอาชีพงานขาย (A Basic Understanding of the Sales Profession)	1
บทที่ 2 สู่เทคนิคการขายอย่างมืออาชีพ (Towards Professional Sales Techniques)	13
บทที่ 3 กลยุทธ์ทางการตลาดสมัยใหม่สำหรับนักขาย (Modern Marketing Strategies for Salespeople)	26
บทที่ 4 สูตร 10C, 10P และ 15P. เพื่อการนำเสนอสินค้าให้ได้ผล (The 10C, 10P, and 15P Formulas for Effective Product Presentation)	35
บทที่ 5 วิธีเพิ่มยอดขายให้โตขึ้น ด้วยกลยุทธ์การตลาด (How to Boost Sales Growth Using Marketing Strategies)	49
บทที่ 6 กลยุทธ์การขายในสภาวะปัจจุบัน (Sales strategies in the current climate)	58
บทที่ 7 การวิเคราะห์สวอตเพื่อการแข่งขัน (SWOT Analysis for Competitiveness)	73
บทที่ 8 การสื่อสารการตลาดอย่างครบเครื่อง (Integrated Marketing Communication (IMC))	90

สารบัญปลุกพลังนักสู้ สร้างตลาดให้ปัง ดันยอดขายให้พุ่ง

(Fierce Marketing: Ignite Your Market and Maximize Sales)

เรื่อง	หน้า
บทที่ 9 ขั้นตอนสู่ความสำเร็จ (Steps to Success)	95
บทที่ 10 ไอเดียใหม่ในการขายเชิงรุก (New ideas for proactive sales)	102
บทที่ 11 ขายให้ชนะคู่แข่ง (Sell to beat the competition)	113
บทที่ 12 ขายไม่ได้เพราะสิ่งไม่ดีต่อไปนี้ (It won't sell due to the following issues)	125
บทที่ 13 เคล็ดลับที่ไม่ลับในการทำยอดขายสูงสุด (Not-so-secret tips for maximizing sales)	132
บทที่ 14 เทคนิคการขายทางโทรศัพท์เมื่อลูกค้าติดต่อเข้ามา (Telephone sales techniques for incoming calls)	140
บทที่ 15 คุณลักษณะของนักขายมืออาชีพ (Characteristics of a Professional Salesperson)	146
บทที่ 16 เทคนิคในการเจรจาต่อรอง (Negotiation techniques)	166

สารบัญปลุกพลังนักสู้ สร้างตลาดให้ปัง ดันยอดขายให้พุ่ง

(Fierce Marketing: Ignite Your Market and Maximize Sales)

เรื่อง	หน้า
บทที่ 17 คุณสมบัติของนักเจรจาต่อรองที่จะสร้างความได้เปรียบ (Qualities of a Negotiator That Create an Advantage)	177
บทที่ 18 กระบวนการขั้นตอนการขายให้ประสบความสำเร็จ (The process for a successful sale)	184
บทที่ 19 การสร้างเสน่ห์ในการขายกับการครองใจลูกค้า (Creating Sales Appeal and Winning Over Customers)	192
บทที่ 20 บันไดสู่ความสำเร็จของนักขายมืออาชีพ (The Stepping Stones to Success for Professional Salespeople)	202
บทที่ 21 คุณลักษณะของนักขายอย่างสร้างสรรค์ และสื่อเครื่องมือการขาย (Characteristics of Creative Salespeople and Sales Communication Tools)	211
บทที่ 22 ศิลปะการทาบถามก่อนการเสนอประโยชน์ (The art of sounding out before proposing benefits)	221
บทที่ 23 วิธีคิดเพื่อพิชิตยอดขาย (The Mindset to Crush Sales Targets)	226

สารบัญปลุกพลังนักสู้ สร้างตลาดให้ปัง ดันยอดขายให้พุ่ง

(Fierce Marketing: Ignite Your Market and Maximize Sales)

เรื่อง	หน้า
บทที่ 24 ลูกค้าไม่มีทางที่จะหมดไปจากตลาด (There is no way customers will ever disappear from the market)	232
บทที่ 25 ลูกค้าเก่ากับลูกค้าใหม่จะติดต่ออย่างไรให้ได้ผล (How can you effectively communicate with existing and new customers?)	241
บทที่ 27 26 พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อของลูกค้า (Customer purchasing decision behavior)	245
บทที่ 27 อำนาจของพลังคำพูดกับแย่งลูกค้าจากคู่แข่ง จะทำอย่างไร (The power of words: How to win customers over from competitors)	260
บทที่ 28 ยุทธวิธีทางการตลาดเพื่อการจูงใจ (Persuasive marketing tactics)	268
บทที่ 29 ยุคใหม่ในการขาย (A New Era of Sales)	275
บทที่ 30 สัจธรรมของการขาย (The Fundamental Truth of Sales)	281

สารบัญปลุกพลังนักสู้ สร้างตลาดให้ปัง ดันยอดขายให้พุ่ง

(Fierce Marketing: Ignite Your Market and Maximize Sales)

เรื่อง	หน้า
บทที่ 31 สู่ฝันด้วยการฟันฝ่า (Pursuing dreams through perseverance)	291
บทที่ 32 เทคนิคแก้ไขข้อโต้แย้ง และการทลายกำแพงปฏิเสธ (Techniques for Handling Objections and Breaking Down Barriers of Rejection)	300
บทที่ 33 เทคนิค และกลยุทธ์การสรุปการขาย (Sales Closing Techniques and Strategies)	316
บทที่ 34 การวิเคราะห์ และประเมินผลงานภายหลังการขาย (Analysis and evaluation of post-sales performance)	331
บทที่ 35 จรรยาบรรณ และมารยาทของนักขาย (Salesperson Ethics and Etiquette)	351

บทนำ

ปลุกพลังนักสู้ สร้างตลาดให้ปัง ดันยอดขายให้พุ่ง

(Fierce Marketing: Ignite Your Market and Maximize Sales)

การปลุกพลังนักสู้ในตัวนักขาย ผู้บริหารและเจ้าของธุรกิจต้องเริ่มด้วยใจที่พร้อมสู้ และกลยุทธ์การตลาดที่เฉียบคมเพื่อดันยอดขายให้พุ่งทะยาน

ปลุกพลังใจ: Mindset นักสู้

มองวิกฤตเป็นโอกาส: ทุกปัญหาการขายคือบททดสอบที่ช่วยให้คุณแกร่งขึ้น

ตั้งเป้าหมายชัดเจน: แบ่งเป้าหมายใหญ่เป็นเป้าหมายย่อยรายวัน เพื่อให้เข้าใจใกล้ความสำเร็จที่ละก้าว

มีความกระหายเรียนรู้: หมั่นศึกษาพฤติกรรมลูกค้าและตลาดใหม่ อยู่เสมอ

สร้างตลาดให้ปัง: กลยุทธ์พิชิตใจลูกค้า

รู้จักลูกค้าเชิงลึก: วิเคราะห์ข้อมูลกลุ่มเป้าหมายว่าต้องการอะไร และมีปัญหาอะไรที่สินค้าของคุณช่วยแก้ไขได้

หาจุดเด่นที่แตกต่าง: ชูจุดแข็งและคุณค่าของสินค้าให้เหนือกว่า คู่แข่งในตลาด

ขยายช่องทางหลากหลาย: ใช้การตลาดแบบผสมผสานทั้งโซเชียลมีเดียและการค้นหา เพื่อเข้าถึงลูกค้าทุกมุม

กลยุทธ์หลักดันยอดขายให้พุ่ง

เข้าใจกลุ่มเป้าหมายและพฤติกรรมลูกค้า: วิเคราะห์ว่าลูกค้าต้องการอะไร ปัญหาคืออะไร และชอบซื้อสินค้าผ่านช่องทางไหน เพื่อนำเสนอสินค้าได้ตรงใจที่สุด

จุดเด่นที่แตกต่าง (Unique Selling Proposition): หาจุดแข็งของสินค้าที่คู่แข่งไม่มี หรือนำเสนอเรื่องราว (Storytelling) ที่สร้างความน่าเชื่อถือและผูกพันกับแบรนด์

เพิ่มช่องทางการขายและความสะดวก: กระจายช่องทางทั้งออนไลน์และออฟไลน์ รวมถึงมีบริการจัดส่งที่รวดเร็วหรือส่งฟรีเพื่อลดความลังเลใจในการซื้อ

ใช้เทคนิค Upselling และจับคู่สินค้า: เสนอขายสินค้าที่พรีเมียมขึ้น (Upselling) หรือทำโปรโมชั่นจับคู่ชุดสินค้า (Product Bundling) เพื่อเพิ่มมูลค่าต่อบิลให้สูงขึ้น

ดูแลลูกค้าเก่าและทำ CRM: การรักษฐานลูกค้าเดิมซึ่งง่ายและมีต้นทุนต่ำกว่าหาลูกค้าใหม่เสมอ ควรมีระบบสะสมแต้มหรือสิทธิพิเศษ เพื่อสร้างความภักดีต่อแบรนด์

ติดตามผลการขายอย่างเป็นระบบ (Follow-up): ติดต่อพูดคุยกับลูกค้าสม่ำเสมอ ตอบสนองรวดเร็ว และใส่ใจบริการหลังการขายเพื่อปิดการขายได้ง่ายขึ้นในระยะยาว

ข้อสรุปสำคัญในการค้นยอดขายให้พุ่งกระฉูดและเติบโตอย่าง
ยั่งยืน คือการผสมผสานระหว่างการเข้าใจลูกค้าอย่างลึกซึ้งและการปรับ
กลยุทธ์ให้ตรงจุดโดยไม่ต้องพึ่งพาแค่การลดราคา

ข้อมูลภาพรวมโดย AI

บทที่ 1 ความเข้าใจเบื้องต้นในอาชีพงานขาย

(A Basic Understanding of the Sales Profession)

งานขายเป็นอาชีพเก่าแก่อาชีพหนึ่ง que สร้างสรรค์สังคม และการดำเนินชีวิตของพลโลกอย่างมีคุณภาพ ด้วยความพึงพอใจในการแลกเปลี่ยนไม่ว่าจะเป็น สินค้าต่อสินค้า หรือสินค้าต่อทรัพย์สิน หรือสินค้าต่อเงินตราสกุลต่างๆ

ถึงแม้กาลเวลา และยุคสมัยจะเปลี่ยนแปลงไป แต่แก่นแท้ของผู้ที่อยู่ในอาชีพ “งานขาย” (ซึ่งจะขอเรียกว่า “นักขาย”) ต่างก็ต้องการแสวงหาความสำเร็จในงานอาชีพของตนเสมอมา เราจึงควรศึกษากันดูว่า ผู้ที่แสวงหาความเป็น “นักขายมืออาชีพ” นั้นจะต้องมีความเข้าใจในรูปธรรมของความสำเร็จในด้านใด

1. คุณสมบัติของนักขายที่ดี จะต้องประกอบด้วย

จงเป็นนักขายทั้งตัวและหัวใจ มีใจรักงานขาย มีทัศนคติที่ดีต่อสินค้า ต่อบริษัท ต่อลูกค้า และเพื่อนร่วมงานขาย

จงเป็นนักขายที่เข้าใจสินค้า เข้าใจระบบงานขาย และวิธีการขาย ความมั่นใจในตัวเอง และมั่นใจในธุรกิจนี้

จงเป็นนักขายที่ทำงานอย่างสม่ำเสมอ ขยันพบปะและกล้าที่จะพบกับคนแปลกหน้ามีความกระตือรือร้น ทุ่มเทให้กับงาน หมั่นหาผู้มุ่งหวังทั้งลูกค้าศูนย์อิทธิพล หรือผู้ร่วมงานใหม่เพิ่มเติมเรื่อยๆ

จงเป็นนักขายที่ทำงานอย่างมีจุดมุ่งหมาย เพื่อมุ่งไปสู่ความสำเร็จ มีการวางแผนการขายมีเป้าหมายส่วนตัวที่จะทำงานขาย เพื่อพิชิต ยอดขายให้ชนะ ผลงานในอดีตตลอดเวลา

จงเป็นนักขายที่หมั่นสำรวจและปรับปรุงตนเองอยู่ตลอดเวลา ปรับปรุงทั้งบุคลิกภาพภายนอก การพูด การแต่งกาย ความสุภาพ ตลอดจนวิธีการขายของคนอื่นๆ ที่ประสบความสำเร็จนำออกไปใช้บ้าง

จงเป็นนักขายที่ดี มีคุณภาพ มีผลงานสม่ำเสมอ มีจรรยาบรรณใน อาชีพขาย มีศักดิ์ศรี มีคุณธรรมในจิตใจและใฝ่หาความรู้อยู่เสมอ

2. บันได 10 ขั้น สู่ความสำเร็จของอาชีพขาย

การก้าวไปสู่ความสำเร็จในอาชีพขายนั้น มีบันไดที่ทุกคนพึงต้อง ก้าว ต้องปฏิบัติอยู่อย่างสม่ำเสมออย่างน้อยถึง 10 ขั้น ดังนี้

2.1 ศึกษาเรื่องราวๆ ไปเกี่ยวกับบริษัทเสียก่อน เช่น ประวัติความเป็นมา นโยบาย ระบบงาน การจ่ายผลประโยชน์ ฯลฯ

2.2 ศึกษา และทำความรู้จัก ทำความเข้าใจกับตัวสินค้าที่จะเสนอ ขาย รวมทั้งการบริการต่างๆ ที่เกี่ยวกับตัวสินค้า เช่น ของแถม การรับประกัน ฯลฯ

2.3 พยายามทำความเข้าใจถึงเทคนิค และวิธีการแบบต่างๆ เช่น การขายแบบเงินสด การขายแบบเงินผ่อน เงื่อนไขต่างๆ ในการขาย ฯลฯ

2.4 จงเตรียมพร้อมเสมอสำหรับเครื่องมืออุปกรณ์ในการขาย เช่น แคตาล็อก ตัวอย่างสินค้า เอกสารต่างๆ ฯลฯ

2.5 จงสร้างอาณาจักรลูกค้าของท่านให้การขวางและหมั่นพบปะกับบุคคลต่างๆ เพื่อเสนอขายสินค้า ศึกษาวิถีตลอดจนแนวทางการหาลูกค้าให้เข้าใจ

2.6 เมื่อท่านนั่งต่อหน้าลูกค้าแล้ว จงสร้างความประทับใจ และความเชื่อถือให้แก่ลูกค้า มีความเชื่อมั่นในตัวท่านเพิ่มขึ้นให้ได้ อาทิ ความตรงต่อเวลา ความสุภาพเรียบร้อย ความสามารถทางการสาธิตอธิบาย ช้อแนะนำให้การใช้สินค้าและวิธีการรักษา ฯลฯ

2.7 จงระลึกเสมอว่าเมื่อท่านทำงานขายต้อง อย่าโก่งลูกค้า อย่าโก่งบริษัท และอย่าโก่งเพื่อร่วมงาน (อาชีพ)

2.8 จงสร้างมิตรภาพกับทุกๆ คนที่ทำงานขายทั้งพนักงานของบริษัท และทั้งลูกค้า เพื่ออนาคตทางการขายอันยืนยาวของท่าน เพื่อความสะดวกต่างๆ ของท่านในการทำงาน และเพื่อยอดขายของท่านเอง

2.9 หมั่นเข้าบริษัทเมื่อมีการประชุม เพื่อรับฟังข่าวสารต่างๆ ที่สำคัญเพื่อทราบความเคลื่อนไหวเกี่ยวกับตัวสินค้า

2.10 หมั่นติดตามการเคลื่อนไหวทางการตลาดที่มีการแข่งขันกัน อยู่เสมอและพร้อมที่จะตอบรับกับกระแสการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นในเรื่องของเทคนิคหรือยุทธวิธีการขายให้เหมาะสมกับสถานการณ์

3. คุณลักษณะนักขายยุคใหม่

กาลเวลาที่เปลี่ยนไปสังคมและความคิดของผู้บริโภคก็ผันแปรไปตามยุคสมัย ในยุคเทคโนโลยีที่เรากำลังเผชิญกันอยู่นี้ นักขายที่ดีก็จำเป็นต้องมีคุณลักษณะดังต่อไปนี้

1. ชอบรู้จักผู้คน
2. สนใจคนอื่นว่า
3. หันหาประสบการณ์
4. ทำงานด้วยเทคนิค
5. พลิกกลยุทธ์คู่แข่ง
6. ให้รู้จักแบ่งเวลา
7. ขยันค้นหารายชื่อ
8. นับถือในงานอาชีพ
9. เร่งรีบบริการ
10. ต้องเตรียมงานล่วงหน้า
11. รู้จักพัฒนาบุคลิก
12. ไม่หลุกหลิกโลเล
13. ไม่ทำเท่ วางท่า
14. อคตจน/อคตอม
15. อ่อนน้อมถ่อมตน
16. เสาะหาวิชาการ
17. ไม่สำราญเกินตัว
18. ไม่ต้องกลับลูกคำ
19. มาประชุมไม่เคยขาด
20. มีมาดของผู้ดี
21. มีแต่ความเชื่อมั่น
22. มนุษย์สัมพันธ์เป็นเลิศ
23. เพลิดเพลินกับการงาน
24. ไม่ทำลายลูกคำ
25. อย่าทำผิดกฎระเบียบ
26. เนียบขาดในงานขาย
27. รู้จักทำทนายผลงาน
28. รักทีมงาน (องค์กร) ของตน
29. สนใจความก้าวหน้า
30. คบหาแต่คนดี

4. คุณสมบัติโดยรวมของยอดนักขายมืออาชีพ

มาถึงตอนนี้แล้ว การจะก้าวต่อไปสู่ความเป็นนักขายมืออาชีพถือได้ว่าเปิดกว้างต่อผู้แสวงหาโอกาส และประพจน์ปฏิบัติตนด้วยคุณสมบัติต่างๆ คือ

- | | |
|--------------------------------|-----------------------------------|
| 1. รักในอาชีพการขาย | 16. ความเป็นมิตร มนุษย์สัมพันธ์ดี |
| 2. ทักษะที่ดี และมองโลกในแง่ดี | 17. รักษาความลับสัญญา |
| 3. ขยัน อดทน พยายาม | 18. มีความสามารถ(เปิด-ปิดการขาย) |
| 4. รักในอาชีพการขาย | 19. รู้จักใช้จิตวิทยา |
| 5. ซื่อสัตย์ จริงใจ | 20. บุคลิกภาพที่ดี |
| 6. รับผิดชอบต่อหน้าที่ | 21. มีความรอบรู้ในงาน |
| 7. ตรงต่อเวลา | 22. มีความเชื่อมั่น |
| 8. รักความก้าวหน้า | 23. มีความรู้รอบตัวดี |
| 9. อารมณ์ดี ร่าเริงแจ่มใส | 24. มีการเตรียมการและวางแผนที่ดี |
| 10. รู้จักควบคุมอารมณ์ | 25. มีไหวพริบ |
| 11. ละเอียครอบรอบ | 26. มีศิลปะการพูด |
| 12. รู้จักกาลเทศะ | 27. มีศิลปะการฟัง |
| 13. มีความจดจำดี | 28. มีความสุภาพ |
| 14. ยิ้มแย้มแจ่มใส | 29. รู้จักพัฒนาตนเองได้ดี |
| 15. มีความคิดสร้างสรรค์ | 30. ปรับตัวได้ดี |
| | 31. บริการดี เอาใจใส่สม่ำเสมอ |
| | 32. รู้จักให้เกียรติยกย่อง |

33. มีความแนบเนียน

34. สมานันคง

นักขายกับการตลาด การขาย และการบริการ

หากเราจะเอ่ยคำอยู่สองคำ คือ คำว่า การตลาด กับการขาย หากจะแปลหน้าที่และความหมาย ก็คงจะมีเรื่องที่ต้องถกเถียงกันอยู่ในหลาย ๆ ประเด็น เช่น หน้าที่ใครสำคัญกว่า ใครเหนือกว่า หรือใครใช้สมองมากกว่า ระหว่าง นักการตลาด กับนักขาย แต่แท้จริงแล้ว การขายเป็นส่วนหนึ่งของการตลาด

ความหมาย

ผู้เขียนขอประมวลความหมาย อยู่หลายประเด็น เกี่ยวกับการขาย การตลาด และการบริการ ดังนี้

การขายมีความหมายในนานาทัศนะ คือ

1. ทัศนะทั่วไป การขาย คือกระบวนการปฏิบัติการซึ่งทำให้ผู้มุ่งหวังเกิดการตัดสินใจเป็นเจ้าของสินค้า หรือบริการขององค์กร
2. ทัศนะของนักเศรษฐศาสตร์ การขาย คือการจัดอุปทาน (Supply) ที่เราหรือองค์กรมีอยู่โดยตัวเราเป็นผู้สร้างอุปสงค์ หรือดีมาน (Demand) ให้แก่ผู้มุ่งหวัง
3. ทัศนะของนักนิติศาสตร์ การขาย คือกระบวนการแลกเปลี่ยนกรรมสิทธิ์ ระหว่างเจ้าของผลิตภัณฑ์ หรือบริการ กับผู้ใช้ผลิตภัณฑ์หรือบริการนั้นๆ

4. ทักษะของนักเล่นหุ้น การขาย คือ การซื้อสินค้าหรือบริการมาเป็นเจ้าของชั่วคราว เพื่อรวมมูลค่าราคาของสินค้าสูงขึ้น แล้วนำไปขายต่อเพื่อสร้างกำไร

การตลาด ก็มีความหมายอยู่หลายประการเช่นกัน คือ

1. การตลาด เป็นกิจกรรมทางธุรกิจที่ทำให้สินค้าหรือบริการเคลื่อนย้ายจากผู้ผลิตไปยังผู้ใช้หรือผู้บริโภค

2. การตลาด เป็นกระบวนการค้นหาความจำเป็นหรือความต้องการของตลาดไทย การสำรวจด้วยวิธีต่างๆ แล้วผลิตเสนอผลิตภัณฑ์เพื่อสนองความต้องการ

3. การตลาด คือการปฏิบัติกิจกรรมทางธุรกิจ 3 กิจกรรม คือ การแลกเปลี่ยน การเคลื่อนย้ายตัวสินค้า และอำนวยความสะดวก เพื่อนำสินค้าหรือบริการจากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภคคนสุดท้าย

4. การตลาด คือ วิธีการใช้ส่วนประสมทางการตลาดให้เหมาะสมกับตลาดเป้าหมาย

5. การตลาด หมายถึง การส่งเสริมสนับสนุนในบริการของเรา จนสนองความต้องการต่างๆ ของผู้ซื้อ ปรับปรุง พัฒนากลยุทธ์ทางการตลาด ที่จะช่วยให้ลูกค้าประสบความสำเร็จ และแสดงความชื่นชมต่อลูกค้า

ส่วนคำว่า การบริการก็พอจะให้ความหมายได้ว่า

1. การบริการ คือ กระบวนการปฏิบัติตัว เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพอใจ
2. การบริการ คือ ความตอบสนองให้ผู้มุ่งหวัง และลูกค้าด้วยวิธีการต่างๆ ตามที่ลูกค้าร้องขอ หรือตามระยะเวลา

รู้จักกับส่วนประกอบการตลาด

ส่วนประกอบ หรือส่วนประสมการตลาด (MARKETING MIX) จะประกอบด้วย 4 P อันได้แก่

สินค้า

- คุณภาพ
- ลักษณะ
- สินค้าให้เลือก
- รูปแบบ
- ตรายี่ห้อ
- การบรรจุหีบห่อ
- ขนาด
- บริการ
- การรับประกัน
- การรับซื้อ

การจัดจำหน่าย

- ช่องทาง
- ความครอบคลุม
- ท่าเลที่ตั้ง
- สินค้าคงเหลือ
- การขนส่ง
- การคลังสินค้า

ราคา	การส่งเสริมการตลาด
- ราคาสินค้าในรายการ	- การโฆษณา
- ส่วนลด	- การขายโดยใช้พนักงานขาย
- ระยะเวลาการชำระเงิน	- การส่งเสริมการขาย
- ระยะเวลาการให้สินเชื่อ	- การประชาสัมพันธ์
- นโยบายและกลยุทธ์ราคา	

กระบวนการขาย

ไม่ว่าท่านนักขายจะขายผลิตภัณฑ์ สินค้า หรือบริการใดๆ ก็ตาม จะประกอบด้วย กระบวนการการขาย 8 ขั้นตอน คือ

1. การเสาะแสวงหาผู้มุ่งหวัง ที่จะเป็ลูกค้า
2. การคัดเลือกผู้มุ่งหวัง
3. การเตรียมการก่อนการขาย
4. การเข้าพบที่ดี
5. การนำเสนอขาย
6. การแก้ไขข้อโต้แย้ง หรือการเจรจาต่อรอง
7. การสรุป หรือปิดการขาย
8. การติดตาม ส่งมอบ และบริการ

การบริการหลังการขาย

การบริการที่ดีจากองค์กร หรือนักขายจะช่วยทำให้

1. เกิดการซื้อซ้ำได้ต่อเนื่อง
2. ลูกค้าจะเพิ่มเติมโดยไม่ลังเล
3. จะช่วยสร้างทัศนคติ และภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่องค์กรและตัวนักขายเอง

เทคนิคการให้บริการสมัยใหม่ ขอแนะนำ ให้ใช้วิธีการดังนี้

1. โทรศัพท์สอบถาม
3. พบปะเยี่ยมเยือน
3. อวยพรเทศกาลสำคัญๆ
4. เข้าร่วมงานสำคัญๆ กับลูกค้า
5. ส่งข่าวสาร
6. บริการตรวจเช็คสินค้า หรือเครื่องจักร
7. ช่วยจัดตกแต่งหน้าร้านค้า (สำหรับสินค้าขายปลีก)
8. ไม่ทำให้ลูกค้ารู้สึกว่ายุ่งยากในการขอรับบริการ
9. ของฝากจากนักขายหรือองค์กร
10. บริการด้วยภาพลักษณ์ และภารกิจที่ไม่เกี่ยวกับการขาย

การบริการ เป็นส่วนหนึ่งของการขาย และการขายก็เป็นกิจกรรมหนึ่งของการตลาด นักการตลาดจะอยู่ในฝ่ายคิดค้น วางกลยุทธ์ หรือวางแผน ซึ่งอาจจะเรียกได้ว่า เป็นฝ่ายบุนในภาษาจีน ส่วนนักขาย จะอยู่ในฝ่ายที่รับช่วงต่อมาคือทำหน้าที่เป็นสะพานเชื่อมโยงให้สินค้าหรือบริการได้พบกับลูกค้า เรียกได้ว่าอยู่ในฝ่ายบู๊ คือต้องออกเรี่ยวออกแรงหน่อย ส่วนความสำคัญในการที่จะทำให้ผู้ใช้สินค้า ลูกค้า ร้านค้าจะซื้อเพิ่ม ซื้อซ้ำหรือไม่ ก็อยู่ที่ การบริการจากนักขาย และผู้ที่มีหน้าที่สนับสนุนการขายนั่นเอง

แม้แผนการที่ท่านได้วางไว้ไม่ประสบความสำเร็จ

แม้ธุรกิจที่ท่านทำล้มเหลวไปบ้าง

แต่ถ้าหากท่านยังมีความเพียรพยายาม

ก็เท่ากับว่าท่านกำลังเดินเข้าใกล้จุดแห่งความสำเร็จแล้ว

ทั้งหมดนี้ ถึงแม้จะเป็นความเข้าใจเบื้องต้น แต่ก็ถือได้ว่าเป็นหัวใจสำคัญของความสำเร็จในอาชีพ “นักขาย” ที่ทุกคนต้องยอมรับ ต้องมีคุณสมบัติ และต้องมีวินัยในการปฏิบัติไปตลอดชีวิต ตราบใดที่เรายังมุ่งหมายสู่การเป็น “นักขายมืออาชีพ”

บทที่ 2 ผู้เทคนิคการขายอย่างมืออาชีพ (Towards Professional Sales Techniques)

การขาย คือการแลกเปลี่ยน เปลี่ยนความเป็นเจ้าของสินค้า
 ศิลปะหมายถึง การชักจูง ชี้แจง แนะนำ สร้างความพอใจให้บุคคล
 ศิลปะการขายเป็นขบวนการขายผลิตภัณฑ์ต่างๆ โดยการวิเคราะห์
 ความต้องการของบุคคลแต่ละกลุ่มแต่ละประเภท โดยพนักงานขายใช้
 ความสามารถในการชักจูง แนะนำ และสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้ซื้อ
 ในส่วนของสินค้านั้น ๆ มากที่สุด เพื่อนำไปสู่การขายในที่สุด

หน้าที่ และความรับผิดชอบของพนักงานขาย

พนักงานขายเป็นบุคคล ซึ่งมีบทบาทสำคัญที่สุดต่อการขาย เป็น
 ลีอกกลางติดต่อระหว่างฝ่ายจัดการของกิจการ ลูกค้า ตลอดจนบุคคล
 ทั่วไป ซึ่งจะกลายเป็นลูกค้าของกิจการในอนาคต ถ้าหากจะกำหนด
 หน้าที่ที่แน่นอนของนักขายแล้ว เป็นการยากทั้งนี้ขึ้นอยู่กับผลิตภัณฑ์
 ช่องทางการจำหน่ายประเภทของลูกค้า และนโยบายของบริษัทซึ่ง
 แตกต่างกันไป อย่างไรก็ตามโดยทั่วไปแล้ว พนักงานขายมีหน้าที่
 ความรับผิดชอบ โดยทั่วไปกว้าง ๆ 3 ลักษณะ คือ

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