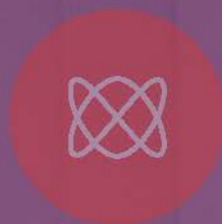


ขาย

อย่างมืออาชีพ



SE-ED

นักขายมืออาชีพจะต้องมี 3 ดี
ที่ทำได้ง่าย

- >...บุคลิกภาพที่ดี
- >...เทคนิคการใช้สื่อและการสื่อสารการขายที่ดี
- >...มีเทคนิคการเปิดการขาย ปิดการขาย และสรุปการขายที่ดี

สมชาติ กิจยรรยง

คำนิยม

หนังสือ “ขายอย่างมืออาชีพ” เล่มนี้ เป็นหนังสือที่เกี่ยวกับการขายของ นักขายมืออาชีพโดยตรง ซึ่งมีอยู่ด้วยกันถึง 33 บท มีความสมบูรณ์ครบถ้วนในเรื่องที่เกี่ยวกับงานขาย ซึ่งล้วนแต่เป็นเรื่องที่นักขายมืออาชีพทุกคนควรได้ศึกษารายละเอียดและนำไปใช้ให้เกิดผลในการขายของตน เพื่อผลประโยชน์สูงสุดในงานการขายที่ตนรับผิดชอบ

ผู้เขียน “ขายอย่างมืออาชีพ” คือคุณสมชาติ กิจยรรยง ได้ศึกษาค้นคว้า รวมทั้งรวบรวมหลักการและวิธีการในการขายที่ได้มาจากประสบการณ์ในการขายโดยตรง และจากการเป็นวิทยากร ผู้สอน และผู้แนะนำแนวทางในการขายให้กับนักขายและผู้บริหารงานขายมารวมไว้ในหนังสือเล่มนี้ แล้วเชื่อมโยงหัวข้อที่สำคัญให้สัมพันธ์เป็นกลอนที่ช่วยให้จดจำได้ง่ายขึ้น

ที่สำคัญก็คือการแทรกแนวความคิด การปลุกเร้าให้กำลังใจกับนักขายผู้ที่อยากจะทำขึ้นไปสู่การเป็นนักขายมืออาชีพในอนาคต เพราะงานขายจะต้องอาศัยศรัทธา ความเชื่อมั่น และทัศนคติที่ดีต่อตนเองและงานการขายเป็นสำคัญ

คุณสมชาติ กิจยรรยง ได้เขียนหนังสือ “ขายอย่างมืออาชีพ” เล่มนี้ขึ้นมา ด้วยวัตถุประสงค์เพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินงานขายให้แก่ นักขายมืออาชีพทุกคน จึงเป็นเรื่องที่น่าชื่นชม ยกย่อง และเชื่อว่า “ขายอย่างมืออาชีพ” เล่มนี้ คงจะได้รับการต้อนรับจากบรรดานักขายทั้งปวงที่อยู่ในยุคจักรการขาย ไม่ว่าจะเป็นนักขายในธุรกิจขายตรง ตัวแทนการขายประกัน

ชีวิต พนักงานขายสินค้าอุปโภคบริโภค พนักงานขายสินค้าอุตสาหกรรม หรือแม้แต่ผู้ที่สนใจงานขายโดยทั่วไปอย่างแน่นอน

งานการขายนั้นเป็นทั้งศาสตร์และศิลป์ การได้อ่านแนวทาง “**ขายอย่างมืออาชีพ**” แล้วนำไปทดลองปฏิบัติเพื่อให้เกิดประสบการณ์ตรงจึงเป็นเรื่องที่สำคัญ เพราะจะสามารถค้นหาแนวทางในอันที่จะก้าวล้ำนำหน้าผู้อื่น และยืนหยัดอยู่ในยุคจักรการขายได้อย่างเต็มภาคภูมิ

ไพบลูย์ สารัญญติ

ประธานกรรมการ

บริษัท Professional Sales & Development Co., Ltd.



SE-ED

คำนำ

ในปัจจุบันนี้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สามารถตอบสนองความรู้สึกลงทางอารมณ์ต่อผู้ใช้ได้แล้ว ในเมื่อยุคสมัยมีการเปลี่ยนแปลงกลยุทธ์และเทคนิคการขายเพื่อสร้างลูกค้าใหม่ให้เกิดการตัดสินใจซื้อ นักขายจึงต้องปรับปรุงและเปลี่ยนแปลงให้ทัน หนังสือเล่มนี้ได้เขียนและรวบรวมขึ้นจากประสบการณ์และหลักการเพื่อให้ นักขายรุ่นหลังได้ผ่านพ้นจากอุปสรรคนานัปการหรืออย่างน้อยก็สามารถเข้าใจ รู้แนวทาง และวิธีการที่จะหลีกเลี่ยงหรือก้าวกระโดดให้พ้นหลุมบ่อแห่งความยุ่งยากในสนามที่เป็นดั่งเวทีการขาย เพื่อให้ท่านกลายเป็นนักขายมืออาชีพ นั่นก็หมายความว่าถ้าเราปรารถนาและต้องการความสำเร็จ ก็จำเป็นต้องมีเรี่ยวแรง เอาจริงเอาจัง และศึกษาอย่างหนักกว่าเดิมเพื่อไต่บันไดมุ่งสู่การเป็นนักขายมืออาชีพ

พวกเราคงเห็นหลายๆ คนที่ทำงานอย่างหามรุ่งหามค่ำแต่ไม่ได้รับความสำเร็จเท่าที่ควร นั่นก็เป็นเพราะเขาไม่ได้ใช้ความคิดที่สร้างสรรค์นำมาประยุกต์และปฏิบัติใช้กับหลักการที่มีอยู่ โดยผสมผสานกับแผนการ วิธีการทำงานที่รัดกุม และเหมาะสมนั่นเอง

ในแต่ละบทของหนังสือเล่มนี้จะช่วยให้เพื่อนนักขายสามารถรู้จักตนเองได้ดียิ่งขึ้น ในการเป็นนักขายที่ประสบความสำเร็จนั้นควรจะทำอย่างไร และแสดงให้เห็นถึงวิธีการนำเสนอ การติดต่อ การกระตุ้น การพูด การจูงใจผู้มุ่งหวัง หรือลูกค้า โดยใช้เทคนิคยุทธวิธีในการขายให้ประสบความสำเร็จ ภายใต้อากาศที่ลูกค้าตอบสนองหรือตัดสินใจซื้อด้วยความเต็มใจไม่ว่าท่านจะขายสินค้าชนิดใด ประเภทใด ธุรกิจใด หรือระบบใดก็ตาม

วิธีการในหนังสือเล่มนี้จะเป็นข้อคิดเพื่อให้เพื่อนนักขายทำงานอย่างมีจุดมุ่งหมายในชีวิต ซึ่งจะต้องนึกถึงเป้าหมายที่เราต้องการแล้วหาหนทางและวิธีการที่จะนำไปสู่ประตูดัชหรือเป้าหมายที่รอเราอยู่ ถึงแม้ว่าเรามีได้เกิดมาเพื่อเป็นประธานบริษัทกันทุกคน แต่เราก็สามารถที่จะสร้างสรรค์งานในชีวิต รวมทั้งการมีวิถีชีวิตที่ดีขึ้นในสังคม โดยการเป็นนักขายและผู้บริหารงานขายที่ประสบความสำเร็จ ขอเป็นกำลังใจให้ท่านเข้าสู่ประตูทองของความสำเร็จในฐานะนักขายอย่างมืออาชีพ ที่สามารถสร้างฐานะที่มั่นคงให้ตัวเองได้



สมชาติ กิจยรรยง

SE-ED

ประวัติผู้เขียน



สมชาติ กิจยรรยง

ประวัติการศึกษา

- ปริญญาตรี สาขาการบริหารทั่วไป คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
- รางวัลเรียนดี ปีการศึกษา 2521 มหาวิทยาลัยรามคำแหง
- ปริญญาตรี เอกสารนิเทศสำนักงาน สาขาศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
- ปริญญาโท สาขาบริหารทรัพยากรมนุษย์ คณะบริหารธุรกิจ จาก Intercultural Open University แห่งประเทศเนเธอร์แลนด์

ประสบการณ์

- พนักงานขาย ศูนย์สุขภาพแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2522
- ตัวแทนขายประกันชีวิต บริษัท A. I. A. พ.ศ. 2525-2526
- ซูเปอร์ไวเซอร์ ผู้จัดการทีมขาย บริษัท รีเจนท์อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด พ.ศ. 2526-2532
- ผู้จัดการฝ่ายฝึกอบรม บริษัท โพรเฟสชั่นแนลแมนเนจเมนท์ จำกัด พ.ศ. 2533
- ผู้อำนวยการฝ่ายฝึกอบรม บริษัท ไอ ดี เอ็ม จำกัด พ.ศ. 2534
- ผู้จัดการฝ่ายวิจัยตลาดเพื่อการผลิต บริษัท ยูคิพี อินเตอร์เทรด จำกัด พ.ศ. 2534

ผลงานในด้านการบริหารงานขาย

- ได้รับรางวัลชนะเลิศผู้จัดการหน่วย พ.ศ. 2528
- ได้รับรางวัลชนะเลิศผู้จัดการทีมขาย พ.ศ. 2531-2532
- ชนะเลิศการแข่งขันการขาย เดินทางไปต่างประเทศ เช่น ประเทศมาเลเซีย ฮองกง สิงคโปร์ ฯลฯ

ตำแหน่งปัจจุบัน

- ผู้อำนวยการบริหาร สถาบันส่งเสริมการพัฒนาบุคลากร
- กรรมการผู้จัดการ ไอ บี ซี กรุ๊ป และบริษัทในเครือ
- ที่ปรึกษาด้านการพัฒนาทรัพยากรบุคคลและโครงการฝึกอบรมให้กับหน่วยงานทางธุรกิจชั้นนำหลายแห่ง
- วิทยากรผู้บรรยาย ให้กับหน่วยงานทั้งภาครัฐบาลและเอกชนหลายแห่ง

ผลงานเขียนด้านวิชาการ

- สร้างบริการ สร้างความประทับใจ
- ผันให้ไกลแล้วไปให้ถึง
- สกัดจุดบอดมุ่งสู่การเป็นยอดนักขาย
- เทคนิคการจัดฝึกอบรมอย่างมีประสิทธิภาพ
- ลุยให้รวยด้วยธุรกิจ MLM
- เปิดประตูสู่ความร่ำรวยด้วยธุรกิจ MLM
- เทคนิคการขายที่ประสบความสำเร็จ
- ยุทธวิธีบริการครองใจลูกค้า
- ทางลัดสู่ยอดนักขาย
- ลุยธุรกิจขายตรง
- อ่านใจคนจากภาษาท่าทาง
- ศิลปะการถ่ายทอด
- สุ่มหาเศรษฐีในอาณาจักร MLM
- ก้าวสู่ผู้นำที่ร่ำรวยด้วยธุรกิจ MLM
- สูตรสำเร็จการจัดฝึกอบรม
- การพัฒนาทีมงานบริการ



สารบัญ

นำเข้าสู่เทคนิคการขายอย่างมืออาชีพ	11
ธรรมชาติของงานขาย	18
อยู่อย่างไรในอาชีพนักขาย	23
นักขายจะปรับเปลี่ยนแนวทางการขายได้อย่างไรในภาวะปัจจุบัน	29
พัฒนาคุณสมบัติเพื่อสร้างคุณสมบัติ	34
บทบาทของนักขายมืออาชีพ	41
นักขายที่ลูกค้าต้องการ	46
ส่วนกระแสสร้างแรงกดดันจากการขาย	51
ลูกค้าไม่มีทางหมด	55
ยุทธวิธีที่ใช้ในการเข้าพบเพื่อเสนอขาย	62
เราจะต้องขายอะไรเวลาไปเข้าพบผู้มุ่งหวัง	67
ทำไมผลงานขายแล้วไปไม่รอด	73
เทคนิคการนำเสนออย่างมืออาชีพ	78
เทคนิคการสื่อสารเพื่อการขาย	88
สื่อเครื่องมือการขายนั้นสำคัญไฉน	97
108 ปัญหาข้อโต้แย้งและการทลายกำแพงปฏิเสธ	100
เทคนิคในการเจรจาต่อรอง	113

เทคนิคและกลยุทธ์การสรุปการขาย	122
ตั้งใจ ตั้งเป้า เพื่อตั้งตัว	135
สร้างแรงบันดาลใจเพื่อบันดลทุกสิ่ง	141
ถนนสู่เป้าหมาย	146
เคล็ดลับในการทำยอดขายสูงสุด	154
ขายเก่ง เก็บเก่ง	161
เทคนิคการบริหารเวลาสำหรับนักขาย	166
ขายอย่างผู้ชนะ	174
ตกม้าตายเพราะใคร	179
ขายชนะคู่แข่ง	187
มาเพิ่มพูนพลังใจในการทำงานกันเถอะ	197
พลิกเบี้ยล่างให้เป็นเบี้ยบน	204
ขั้นตอนสู่สู่ความสำเร็จ	210
อย่ายอมแพ้	216
แปรเปลี่ยนชีวิตใหม่ให้ดีกว่าเดิม	222
ทำอย่างไรให้ประสบความสำเร็จในธุรกิจการขาย	228



นำเข้าสู่เทคนิค การขายอย่างมืออาชีพ

ก **การขาย** หมายถึงกระบวนการที่ทำให้ผู้มุ่งหวังเกิดการตัดสินใจเป็นเจ้าของสินค้าหรือบริการ ถ้าจะกล่าวกันตามหลักนิติศาสตร์ การขาย หมายถึงการแลกเปลี่ยนกรรมสิทธิ์ความเป็นเจ้าของสินค้าหรือบริการ

เทคนิคหรือศิลปะ หมายถึงการชักจูง ชี้แจง แนะนำ และสร้างความพอใจให้กับบุคคลด้วยวิธีการของแต่ละคน

เทคนิคการขาย เป็นกระบวนการขายผลิตภัณฑ์ต่างๆ โดยการวิเคราะห์ความต้องการของบุคคลแต่ละกลุ่มและแต่ละประเภท โดยพนักงานขายใช้ความสามารถในการชักจูง แนะนำ และสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้ซื้อในส่วน of สินค้า นั้นๆ มากที่สุดเพื่อนำไปสู่การตัดสินใจในที่สุด

หน้าที่และความรับผิดชอบของพนักงานขาย

ศูนย์เพิ่มผลผลิตแห่งประเทศไทย เคยกล่าวไว้ในหัวข้อหน้าที่และความรับผิดชอบของพนักงานขายไว้ว่า “พนักงานขายเป็นบุคคลซึ่งมีบทบาทสำคัญที่สุดต่อการขาย เป็นสื่อกลางติดต่อระหว่างฝ่ายจัดการของกิจการลูกค้า ตลอดจนบุคคลทั่วไปซึ่งจะกลายเป็นลูกค้าของกิจการในอนาคต” ถ้าหากจะกำหนดหน้าที่ที่แน่นอนของพนักงานขายแล้วก็เป็นการยาก ทั้งนี้ขึ้น

อยู่กับผลิตภัณฑ์ ช่องทางการจำหน่าย ประเภทของลูกค้า และนโยบายของบริษัทซึ่งแตกต่างกันออกไป อย่างไรก็ตาม โดยทั่วไปแล้วพนักงานขายมีหน้าที่ความรับผิดชอบโดยทั่วไปกว้างๆ 3 ลักษณะคือ

1. **หน้าที่เกี่ยวกับการขายโดยตรง (direct-selling)** เช่น การแสวงหาผู้มุ่งหวัง (prospecting) การเขียนใบสั่ง การสาธิต การขาย การเสนอราคา การยื่นเงื่อนไขซึ่งถูกต้องเหมาะสมกับลูกค้าและนโยบายของบริษัท ฯลฯ

2. **หน้าที่เกี่ยวกับการขายโดยทางอ้อม (indirect-selling)** ได้แก่ การช่วยเหลือเสริมสร้างชื่อเสียงให้กับบริษัท การคัดเลือกประเภทลูกค้าที่จะขาย ป้องกันการสูญเสียของบริษัท และรักษาชื่อเสียงของบริษัท หน้าที่ในการช่วยเหลือสนับสนุนโครงการส่งเสริมการขาย การโฆษณาต่างๆ ช่วยแก้ปัญหาต่างๆ ให้กับลูกค้า การจัดวางสินค้าในร้านให้ลูกค้า การเข้าร่วมประชุมตามระยะเวลาที่บริษัทกำหนดเพื่อร่วมแก้ไขปัญหาดังๆ ที่พนักงานขายแต่ละคนประสบมา หรือแนะนำเทคนิควิธีการใหม่ๆ ในการขจัดข้อโต้แย้งกับลูกค้าให้คนอื่นฟังในกรณีเกิดเหตุการณ์ทำนองเดียวกัน

3. **หน้าที่ในส่วนที่ไม่เกี่ยวข้องกับการขาย (non-selling)** ได้แก่ การเขียนรายงาน การเก็บเงิน การช่วยฝ่ายจัดการในการบริหารงานขาย เช่น การกำหนดขีดความสามารถของคนเพื่อประกอบการพิจารณากำหนดโควตาการขายที่เหมาะสม หน้าที่ในการแสวงหาความรู้เพิ่มเติม

สรุปได้ว่า พนักงานขายมีความรับผิดชอบที่จะต้องกระทำได้ 5 ประการคือ

1. กิจกรรมที่เกี่ยวกับการขายโดยตรง

1. หาผู้มุ่งหวัง
2. พิจารณาความต้องการของผู้มุ่งหวัง
3. วางแผนสร้างจุดสนใจ
4. สัมภาษณ์บุคคลสำคัญที่เกี่ยวข้องกับงานขาย

5. ชี้ให้เห็นถึงข้อดี-ข้อเสีย และขจัดข้อโต้แย้ง
6. สรุปการขาย

2. การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า

1. ช่วยแก้ปัญหาและให้บริการพิเศษอื่นๆ ที่จำเป็นแก่ลูกค้า
2. ช่วยสอน แนะนำพนักงานขายของลูกค้า หรือแนะนำวิธีการขาย ให้ร้านค้าในกรณีขายส่งสินค้าอุปโภคบริโภค
3. จัดการตกแต่งหน้าร้าน โชว์สินค้าและรวมทั้งแนะนำวิธีการ ส่งเสริมการขาย เช่น รางวัลที่ร้านค้าจะได้รับ
4. แนะนำลูกค้าในด้านการจัดการด้านสินค้า ให้เขามีสินค้าในสต็อกไว้พอดี
5. สร้างสัมพันธภาพส่วนตัวกับลูกค้า
6. ช่วยชี้แจงข้อข้องใจกับลูกค้าด้วยความจริงใจ

3. มีความรู้ในผลิตภัณฑ์

1. ทำตัวเองให้คุ้นเคยกับผลิตภัณฑ์ที่ปรับปรุงใหม่ของบริษัท แนะนำวิธีใช้ใหม่ๆ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ใหม่
2. บอกให้บริษัททราบถึงความต้องการใหม่ๆ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ หลังจากการเข้าพบร้านค้าหรือลูกค้า เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุงต่อไป
3. รอบรู้ในผลิตภัณฑ์ที่จะขายทุกด้าน

4. หน้าที่ของการทำงานทั่วไป

1. บันทึกการไปพบลูกค้าที่จำเป็น
2. จัดทำจดหมายโต้ตอบเพื่อติดต่อกับลูกค้า
3. สอบหนี้ค้างจ่ายของลูกค้า
4. ติดตามการสอบถามต่างๆ ของลูกค้า
5. หาอุปกรณ์ เครื่องมือเกี่ยวกับการขายอื่นๆ

5. สร้างสัมพันธ์ภาพกับสำนักงานใหญ่

1. เขียนรายงานตามที่สำนักงานใหญ่ต้องการ
2. แจ้งให้สำนักงานใหญ่ทราบถึงสถานการณ์ของตลาดและสภาพการณ์แข่งขัน
3. สร้างความสัมพันธ์กับแผนกอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น บัญชีสต็อก จัดส่ง เป็นต้น

ความรู้ที่พนักงานขายควรมี

1. ความรู้เกี่ยวกับสินค้า ซึ่งประกอบด้วย

1. สินค้านั้นจะตอบสนองความต้องการของลูกค้าแต่ละรายได้อย่างไร
2. วิธีการผลิตและมาตรฐานที่ได้รับการรับรอง
3. ส่วนลดหรือการส่งเสริมการขาย
4. บริการที่จำเป็นต่อสินค้านั้นๆ
5. สินค้าที่เกี่ยวข้องกัน ฯลฯ

2. ความรู้เกี่ยวกับบริษัท ซึ่งประกอบด้วย

1. ประวัติความเป็นมา
2. สายงาน การบริหาร นโยบาย และวิธีการปฏิบัติงาน
3. ประสิทธิภาพในการผลิต
4. ฐานะของกิจการ
5. นโยบายในการให้สินเชื่อของบริษัท

3. ความรู้เกี่ยวกับความเป็นไปของตลาด

1. ตลาดมุ่งไปในแนวใด (แพชั่น สี ขนาด)
2. การขยายการขายมุ่งไปแนวใด
3. สินค้าอื่นที่เกี่ยวข้องกับสินค้าของเราที่ทำการจำหน่ายอยู่
4. จุดมุ่งหมายของคู่แข่งคืออะไร

4. ความรู้เกี่ยวกับเทคนิคการขาย

1. ก่อนออกไปพบลูกค้า ควรได้มีการวางแผนกิจกรรมที่ต้องทำทั้งหมด รวมทั้งจัดโปรแกรมและจัดกิจกรรมการขาย
2. ระหว่างการไปพบ ควรปฏิบัติตามแผน ดึงดูดความสนใจ เน้นประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ พิสูจน์ให้เห็นจริง แก้ไขข้อข้องใจต่างๆ โดยยอมรับความเห็นของลูกค้า และพยายามให้ลูกค้ารับข้อเสนอ
3. หลังจากไปพบ วิเคราะห์การสรุปการขาย ประเมินวิธีการแก้ไขเมื่อต้องการวางแผนซ้ำสำหรับการพบครั้งต่อไป สร้างความเชื่อมั่นให้ตัวเองในการขาย

บุคลิก ลักษณะ และกิริยาท่าทางของพนักงานขาย

ความสำเร็จหรือความล้มเหลวในหน้าที่การงานของพนักงานขายขึ้นอยู่กับความเข้าใจบุคคลและการปรับตัวให้เข้ากับคน พนักงานขายจะสามารถเรียกร้องความสนใจจากคนที่เราไปพบและจะขายสินค้าได้ก็ต่อเมื่อทำตัวให้เป็นที่ยอมรับและลูกค้าเกิดความพอใจ บุคลิกภาพที่พนักงานขายควรมีคือ

1. ความเข้าใจ ความรู้ลึกเกี่ยวกับลูกค้า
2. ความเห็นอกเห็นใจ
3. ความรู้จักเอาใจเขามาใส่ใจเรา
4. ความอยากทำงานให้สำเร็จลุล่วงตามเป้าหมาย

คุณลักษณะที่ต้องการโดยทั่วไป

แต่ละบริษัทย่อมต้องการลักษณะของพนักงานขายในรูปแบบที่แตกต่างกัน อยู่ที่ว่าพนักงานขายแบบไหน ความต้องการของฝ่ายบริหารจัดการนั้นเป็นไปในแนวใด แต่ลักษณะเบื้องต้นที่จำเป็นสำหรับความสำเร็จในการประกอบอาชีพการขายพอรวบรวมได้คือ

1. ลักษณะที่ต้องการ ประกอบด้วย

1. ความวางใจได้ มีความซื่อสัตย์ต่อตัวเองและผู้อื่น
2. ความมั่นคง จิตใจไม่รวนเร
3. ความกล้าพอที่จะรับฟังคำติเตียนของลูกค้า
4. ความคิดริเริ่ม
5. ความมานะพยายาม
6. ความรับผิดชอบในงาน
7. ความทะเยอทะยาน
8. ความเป็นตัวของตัวเอง สามารถควบคุมตัวเองได้

2. ความต้องการเกี่ยวกับการติดต่อกับบุคคล

1. ชอบติดต่อกับคนและมีมนุษยสัมพันธ์
2. มีความเข้าใจในบุคคลต่างๆ ได้เป็นอย่างดี
3. มีความแนบเนียน ก่อนทำอะไรต้องคิดพิจารณาให้ดี
4. มีความจริงใจกับคนที่ติดต่อ
5. มีความกระตือรือร้นที่จะพูดคุยและสนทนาด้วย
6. ความร่าเริงแจ่มใสในการเข้ากับคนที่เราติดต่อ
7. ความร่วมมือในการทำงานเป็นทีม

3. ความต้องการทางด้านจิตใจ

1. เป็นผู้ที่เรียนรู้ได้อย่างรวดเร็ว
2. เป็นนักสังเกต
3. เป็นผู้มีวิจรรณญาณ
4. สามารถวิเคราะห์ปัญหาต่างๆ
5. มองการณ์ไกล

6. ชอบแสวงหาความรู้ตลอดเวลา
7. สามารถสร้างภาพลักษณ์ให้กับองค์กร
8. มีสัญชาตญาณของนักธุรกิจ

4. ลักษณะภายนอก

1. สุขภาพดี
2. ร่างกายแข็งแรง
3. การแต่งกายดีมีบุคลิก
4. ความสุภาพเรียบร้อย
5. น้ำเสียงและการพูดน่าฟัง

5. ความมั่นคง

1. สามารถรู้ว่าตัวเองมีขอบเขตความรับผิดชอบแค่ไหน
2. สามารถที่จะวิพากษ์วิจารณ์อย่างจิตใจที่เป็นธรรม
3. มีการพัฒนาตัวเองไปในทางที่ดี เพื่อเข้ากับสังคมได้ทุกรูปแบบ

การก้าวสู่การขายมืออาชีพ จะต้องอาศัยหลักการและประสบการณ์ที่ได้พัฒนาแล้ว นั่นคือนักขายจะต้องใช้ทั้ง “ศาสตร์” และ “ศิลป์” ควบคู่กันไปกับการขายสินค้าและการขายความคิดที่จะต้องใช้เทคนิคในการนำเสนอ การสื่อสารรูปแบบต่างๆ พร้อมทั้งรู้จักวิเคราะห์บททวนผลการขายพัฒนาปรับปรุงรูปแบบการเสนอขายให้ทันยุคทันสมัยเสมอ

ธรรมชาติของงานขาย

สำหรับผู้ที่กำลังก้าวขึ้นสู่เวทีของธุรกิจการขายได้อย่างมั่นคงและมั่งคั่ง ในอนาคตบนเส้นทางของการทำงาน แทนที่จะเกิดความหนักใจ เพราะต้องอาศัยความหนักแน่นเป็นพื้นฐาน ซึ่งจะต้องเข้าใจและเรียนรู้ถึง ลักษณะของงานขายเสียก่อนว่าเป็นอย่างไร เพราะไม่ว่างานอะไรๆ ก็ตาม พอทำลงไปแล้วบางครั้งก็ถูกต้องแต่ก็ไม่ถูกใจ บางครั้งถูกใจแต่ไม่ถูกต้อง เมื่อท่านเข้าสู่ธุรกิจการทำมาค้าขายแล้วจะต้องประสานความถูกต้อง ให้เข้ากับ ความถูกต้องให้ได้ เพื่อที่จะได้ไม่มาเสียเวลาแสวงหาหนทางของความสำเร็วจึงจะต้องเข้าใจใน **ลักษณะและธรรมชาติของงานขาย**เสียก่อน ก่อนที่จะทำความหวังให้เป็นความจริงดังนี้

เป็นงานที่จะต้องพบคนที่ไม่รู้จักมากกว่าคนที่รู้จัก

ต้องถามตัวเองก่อนว่าเมื่อคนหรือเมื่อที่จะพูดคุยกับคนหรือไม่ โดยเฉพาะพอทำงานขายไปนานๆ ยิ่งจะต้องพบกับคนที่ไม่รู้จักมากกว่าคนที่รู้จักมากขึ้นเรื่อยๆ ถ้าเมื่ออาชีพที่ต้องพบปะคนพูดคุยกับคนหรือติดต่อกับคนแล้ว เห็นที่ต้องเปลี่ยนไปทำงานที่อยู่ในสำนักงานที่ไม่ต้องพบปะพูดคุยกับใครมากนักจะเหมาะสมกว่า

เป็นงานที่มักจะพบกับการปฏิเสธก่อนเสมอ

งานขายเป็นธุรกิจที่จะต้องพบกับการถูกปฏิเสธมากกว่าการตอบรับด้วยเหตุผลหลายๆ ประการ เช่น ไม่อยากเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิต ไม่อยากที่จะลิ้มลองของใหม่ ทำให้เวลาไปเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ จึงขาดความน่าเชื่อถือหรือขาดความมั่นใจไป ดังนั้นขอให้เข้าใจไว้ก่อนว่าเมื่อเวลาเราไปเสนอขายให้กับลูกค้า ก็มักจะมีย่ออ้าง ขัดปฏิเสธ ขัดคัดค้าน ขัดสงสัย และข้อต่อล้อต่อเถียงเสมอ

โดยเฉพาะถ้าหากเป็นนักขายมือใหม่ ไฟแรง แต่หากขาดเพดานบินอาจจะทำให้ตกม้าตายก็ได้ ควรมีรุ่นพี่ที่มีประสบการณ์เข้าประกบสักสองสามรอบในสนามการขาย จากนั้นจึงค่อยออกมาเป็นศิลปินเดี่ยว

เป็นธุรกิจที่ไม่มีโฆษณา

นักขายตรงถ้าอยู่ในตลาดสินค้าใหม่หรืออยู่ในองค์กรใหม่ๆ มักจะถูกต้อนรับด้วยคำพูดจากลูกค้าอยู่บ่อยๆ ว่า “บริษัทคุณตั้งอยู่ที่ไหน ตั้งมาตั้งแต่เมื่อไหร่ ผลิตภัณฑ์อะไร ทำไมไม่เห็นมีโฆษณาเลย”

ลองถ้าหากนักขายมือใหม่ยังไม่เข้าใจธรรมชาติของงานขายตรงแล้ว ถูกถามด้วยคำถามแบบนี้ อาจจะน้อยอกน้อยใจในวาทนาที่ได้มาทำงานในดินแดนที่แสนลำบากยากเย็น เพราะไม่มีใครเคยได้ยินชื่อสินค้าหรือว่าชื่อบริษัทของตนเลย ธุรกิจการขายบางธุรกิจจะไม่เน้นโฆษณาสินค้าทางสื่อมวลชน แต่เป็นไปได้ที่บางองค์กรธุรกิจใช้สื่อสิ่งพิมพ์และสื่อมวลชนต่างๆ ในการสร้างภาพลักษณ์ขององค์กร เพราะธุรกิจจะอาศัยนักขายระดับต่างๆ ช่วยโฆษณาและประชาสัมพันธ์สินค้าในระบบปากต่อปาก หรือการจัดประชุมกลุ่ม

เป็นงานสถิติ

สถิติในความหมายของการขายก็คือเป็นอัตราส่วนระหว่างการปฏิเสธกับการตอบรับ ที่ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายๆ ประการ เพราะไม่ว่าจะเป็นการเสนอแนะหรือแม้แต่การเสนอขายก็ตามจะต้องถูกปฏิเสธจากหลายคน จึงจะมีการตอบรับมาเพียงหนึ่งคน

ปัจจัยที่จะทำให้อัตราส่วนระหว่างการตอบรับกับการปฏิเสธดีหรือไม่ก็ขึ้นอยู่กับ

1. ความน่าเชื่อถือในตัวผู้พูด ผู้นำเสนอ ในด้านนิสัยส่วนตัวและบุคลิกภาพ
2. ความต้องการและความจำเป็นของผลิตภัณฑ์ในแง่ของคู่แข่ง ส่วนแบ่งตลาด ประเภทสินค้าในแง่ของความจำเป็นทางด้านเหตุผล
3. คุณสมบัติของผู้มุ่งหวังทางการตัดสินใจและการเห็นประโยชน์
4. ความเชื่อมั่นที่มีต่อองค์กรและแผนการตลาดของผู้มุ่งหวัง เป็นต้น

เป็นงานที่ต้องปฏิบัติงานนอกที่פק หรือนอกที่ทำงาน

เชื่อว่าผู้อ่านคงเคยได้อ่านในงานเขียนเล่มก่อนๆ ของผู้เขียนที่ว่า “ออกพบกับลูกค้า ดีกว่านั่งฝันหวานอยู่บนเก้าอี้” ทั้งนี้ก็เพราะเวทีของงานขายจะสำเร็จหรือล้มเหลว คือจะรุ่งหรือจะร่วงก็ขึ้นอยู่กับการเสาะแสวงหาโอกาส พูดคุยกับบุคคลต่างๆ ในทุกสถานที่ ทุกแหล่งของสังคมที่นักขายสามารถเข้าถึงและนำเสนอได้ ความสำเร็จไม่ได้อยู่ที่ใครเก่งกว่า มีเรี่ยวแรง หรือมีกำลังมากกว่า แต่ความสำเร็จอยู่ที่ใครขยันพบปะกับลูกค้าได้มากกว่าต่างหาก

เป็นงานที่ต้องบังคับตัวเอง

ด้วยเหตุผลของคนเราโดยทั่วไปคือคนเราส่วนใหญ่รักอิสรภาพ ไม่ชอบให้ใครมาบังคับกดขี่หรือควบคุม งานขายจึงเป็นงานที่น่าลี้มลองของผู้ที่

ต้องการอิสรภาพในการดำเนินชีวิต ที่ไม่ต้องบันทึกเวลาเข้าทำงานหรือกลับบ้านพัก จะออกทำงานและกลับสู่ที่พักเมื่อไหร่ก็ได้ไม่เป็นปัญหา

แต่ปัญหาของนักขายก็คือเมื่อเป็นงานที่อิสระไม่มีใครมาบังคับควบคุมตนเอง ก็เลยควบคุมตัวเองไม่ได้ คือไม่สามารถบังคับบัญชาตนเองให้ทำงานตามแผนการหรือตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ จะคอยผัดวันประกันพรุ่งไปเรื่อยๆ หรือมีข้ออ้างต่างๆ ที่จะไม่ทำงานตามแผนการหรือเป้าหมายที่ตั้งไว้

เป็นงานที่ต้องบริการ

เนื่องจากธุรกิจการขายเป็นธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับผู้คน นักขายมืออาชีพทั้งหลายจะต้องติดต่อกับบุคคลต่างๆ ทั้งลูกค้า เพื่อนร่วมงาน และหัวหน้าของตน โดยการจัดประชุม ประสานงาน สื่อสาร และให้บริการระหว่างกัน โดยเฉพาะองค์กรที่มีการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่มีการใช้แล้วหมดไป หรือสินค้าสิ้นเปลืองประเภทเครื่องสำอาง น้ำยา หรือน้ำมันต่างๆ หัวใจของธุรกิจนอกจากการขายแล้วก็คือการบริการที่จะผูกมัดชีวิตลูกค้าให้เป็นลูกค้าขาประจำ ที่จะซื้อซ้ำ ซื้อเพิ่มตลอดไป

เป็นงานที่ต้องอาศัยทีมช่วย

เนื่องจากแผนการตลาดของทุกๆ บริษัทที่ทำธุรกิจการขายจะเติบโตได้จะต้องสร้างทีมงาน นักขายหรือหัวหน้าทีมคนใดสร้างพลังใจจากคนในทีมได้มากก็จะยิ่งทวีความร่ำรวยมากเป็นทวีคูณ มากกว่า 70% ในงานของผู้นำธุรกิจขายตรงจะเป็นการสร้างคน บริหารคน พัฒนาคน โดยการจัดประชุมในรูปแบบต่างๆ อย่างสม่ำเสมอ เพื่อสร้างและพัฒนาบุคลากร ซึ่งผู้นำควรจะปลูกฝังวัฒนธรรมการทำงานของบุคลากรในทีมให้เห็นความสำคัญของการที่ร่วมประชุมเพื่อเสริมสร้างและพัฒนาทีม

เป็นงานที่ต้องลงทุนด้านกำลังใจ

เนื่องจากธุรกิจการขาย ต้องอาศัยการพูด การเสนอแนะ การชักจูง โน้มน้าว เพื่อเสนอแนะหรือทำให้ลูกค้าตัดสินใจเป็นเจ้าของสินค้าหรือบริการ แรกกดดันของนักขายย่อมจะมีสูงจากการถูกปฏิเสธ ข้อโต้แย้ง และข้อคัดค้านต่างๆ ผู้ที่จะยืนหยัดอยู่ในธุรกิจการขายได้ต้องมีเป้าหมายและกำลังใจของตนเอง หรืออาศัยจากแนวความคิดของสื่อ บุคคลรอบข้าง และสิ่งแวดล้อมต่างๆ มีผู้กล่าวว่า “เมื่อมีกำลังใจที่ดี อยู่ที่ไหนย่อมจะมีวิถีทางอยู่ที่นั่น” จึงขอแนะนำหนังสืออีกเล่มหนึ่งของผู้เขียนเองที่สร้างกำลังใจที่ดีได้คือ “ฝันให้ไกลแล้วไปให้ถึง”

เป็นงานที่ลิขิตตัวเองได้

ถ้าหากมีความมุ่งมั่น แน่วแน่ และตั้งใจจริงที่จะทำธุรกิจการขาย โดยอยู่บนพื้นฐานที่บริษัทมั่นคง มีวิสัยทัศน์ทางการบริหาร มีผลิตภัณฑ์คุณภาพสูงเชื่อถือได้ และผลิตภัณฑ์หลากหลาย มีแผนการตลาดที่ชักจูงใจและเป็นไปได้สูง ประกอบกับมีการพัฒนาบุคลากรที่นำเสนอแล้ว ผู้เขียนเชื่อมั่นว่านักขายทุกท่านย่อมที่จะล้มตาอำปาก หมดหนี้สร้างฝันที่ตั้งใจไว้ ซึ่งไม่ใช่เรื่องลำบากอะไร ถึงแม้เราจะเลือกเกิดไม่ได้ แต่เราก็สามารถที่จะเลือกแสวงหาโอกาส หรือมีช่วงชีวิตที่ประสบความสำเร็จตามที่ตั้งใจไว้

เมื่อเราเข้าใจและรู้จักธรรมชาติของงานขายแล้วย่อมทำให้สามารถฝ่าฟันอุปสรรคหรือทำเรื่องใหญ่ให้เป็นเรื่องเล็ก หรือทำให้ปัญหากลายเป็นโอกาส สามารถวาดฝันได้อย่างสดใสและร่าเริงอย่างแน่นอน

ขาย

อย่างมืออาชีพ

ธุรกิจการขายเป็นธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับเรื่อง

1. คนขายคน ด้วยการเสริมสร้างคุณสมบัติและรูปลักษณ์
2. การขายผลประโยชน์จากสินค้าและบริการเพื่อสร้างทรัพย์สินสมบัติ
3. การขายความต้องการ โดยการสร้างปัญหาและแก้ไขโดยใช้สินค้าและบริการ เพื่อสร้างสายสัมพันธ์และบริวารสมบัติ

ท่านก็เป็นมืออาชีพได้อย่างสบายด้วยข้อคิดและข้อเขียนที่อ่านสบายๆ และง่ายๆ จากผู้ที่มีประสบการณ์ มาแนะนำวิธีการ เพื่อให้ท่านเกิดอุดมการณ์ในการทำงาน ให้บรรลุเป้าหมายตามที่ตั้งใจไว้



SE-ED

ประวัติผู้เขียน

สมชาติ กิจยรรยง

ประวัติการศึกษา

- ปริญญาตรี สาขาการบริหารทั่วไป คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
- ปริญญาตรี เอกสารนิเทศสำนักงาน สาขาศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
- ปริญญาโท สาขาบริหารทรัพยากรมนุษย์ คณะบริหารธุรกิจ จาก Intercultural Open University แห่งประเทศเนเธอร์แลนด์

ตำแหน่งปัจจุบัน

- ผู้อำนวยการบริหาร สถาบันส่งเสริมการพัฒนาบุคลากร
- กรรมการผู้จัดการ ไอ บี ซี กรุ๊ป และบริษัทในเครือ
- ที่ปรึกษาด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์และโครงการฝึกอบรมให้กับหน่วยงานทางธุรกิจชั้นนำหลายแห่ง
- วิทยากรผู้บรรยายให้หน่วยงานทั้งภาครัฐบาลและเอกชนหลายแห่ง

ISBN 974-534-709-4



9 789745 347090

165 บาท

การขาย