

Success Life



บอกแนวทางการ

สร้าง

ความสำเร็จ

และร่ำรวยด้วย

ธุรกิจเครือข่าย

บันไดสู่ความสำเร็จ
สร้างเงิน รางวัด เกียรติยศ
ซึ่งได้รับผลตอบแทนที่
มากกว่าจากเวลาที่เท่ากัน

สนชาติ กิตยรรยง





สำนักพิมพ์ Smart Life

บอกแนวทาง สร้างความสำเร็จและร่ำรวยด้วยธุรกิจเครือข่าย

ราคา 215 บาท

ข้อมูลทางบรรณานุกรมของหอสมุดแห่งชาติ

สมาชิก กิจจรรยง.

บอกแนวทาง สร้างความสำเร็จและร่ำรวยด้วยธุรกิจเครือข่าย.

-กรุงเทพฯ : สมาร์ท โลฟี่, 2556.

288 หน้า.

1. การขายตรง. 2. การตลาดโดยตรง. I.ชื่อเรื่อง.

658.84

ISBN 978-616-7530-49-9

ที่ปรึกษากฎหมาย	วิสุทธิ ตรังคสมบัติ, น.บ., นศ.ม.
บรรณาธิการบริหาร	ชรอใจ คณิตพรสิริ
บรรณาธิการต้นฉบับ	สมาชิก กิจจรรยง
บรรณาธิการ	ภาคจิรา ยศวิไล
กองบรรณาธิการ	อังสนา ปรีक्षा มธุรส เหมือนพลอย สุจินตนา สืบสีสุก สิริพันธ์ ศรีอรุณศักดิ์ ดลยา เจริญรัชตพันธ์
พิสูจน์อักษร	วิไล เกษทองมา
ออกแบบปก	Evolution_art99@hotmail.com
ศิลปกรรม	Evolution_art99@hotmail.com

© ได้รับการอนุญาตจัดพิมพ์จากเจ้าของลิขสิทธิ์ตามกฎหมาย
สงวนลิขสิทธิ์ตามพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2548
ห้ามลอกเลียนส่วนใดส่วนหนึ่งของหนังสือเล่มนี้
มิเช่นนั้นจะถือว่าละเมิดลิขสิทธิ์และมีความผิดทางอาญา



บทที่ 1

ตำนานการขายตรง
“งานหนักหมายถึงเงินตรา”





ทำไมต้องพบลูกค้าโดยตรง

การขายในสมัยก่อนแตกต่างกับการขายในสมัยปัจจุบันมากทีเดียว ในสมัยก่อนนั้นผู้ผลิตสินค้ามีน้อยราย สินค้าก็มีน้อยชิ้น ไม่มีหลากหลายเหมือนในปัจจุบัน ผลิตออกมาเท่าใดก็สามารถขายไปยังลูกค้าได้หมดในระยะเวลาอันสั้น เพราะการตลาดสมัยก่อนตลาดตกเป็นของผู้ขาย คือมีคนที่ซื้อหรือคนที่จะใช้สินค้านั้นมีมากกว่าคนขายหรือผู้ผลิต ผู้ผลิตสินค้าผลิตเท่าใดก็สามารถขายได้หมดเนื่องจากมีผู้ผลิตน้อยกว่าผู้ซื้อนั่นเอง พอมาระยะหลังๆ นับตั้งแต่หลังจากเกิดการปฏิวัติอุตสาหกรรมขึ้นมา ก็มีเทคนิคการผลิตสินค้าโดยใช้เครื่องจักรแทนแรงงานซึ่งสามารถผลิตสินค้าได้มากขึ้น มากขึ้น มากแบบ หรือหลากหลายรายการตามที่ลูกค้าต้องการ จึงทำให้เกิดการแข่งขันในการนำสินค้าไปขายยังลูกค้า จึงทำให้ผู้บริโภคหรือลูกค้าสามารถเลือกซื้อเลือกใช้นั้นได้ตามใจตัวเอง ผู้ผลิตหรือผู้ขายจึงต้องใช้ยุทธวิธีในการนำเสนอสินค้าให้ลูกค้าตัดสินใจใช้นั้นของตัวเอง ซึ่งก็มียุทธวิธีทางการตลาดหลากหลายรูป เช่น กลยุทธ์การสร้างผลิตภัณฑ์ กลยุทธ์ในเรื่องราคา กลยุทธ์ในเรื่องช่องทางการจัดจำหน่าย และกลยุทธ์ในการส่งเสริมการขาย หรือเรียกให้ง่ายๆ ก็คือใส่สีสันและโฆษณาให้สินค้า ตลอดจนการลด แลก แจก แถม หรือบริการพิเศษต่างๆ ฯลฯ

การขายตรงเป็นการขายสินค้าที่ผู้ขายติดต่อเสนอขายสินค้าให้กับผู้ซื้อสินค้าหรือผู้บริโภคโดยไม่ผ่านคนกลางหรือร้านค้าคนกลาง ยกตัวอย่างเช่น การจัดจำหน่ายหนังสือสารานุกรม (encyclopedia) ที่เจาะจงเป็นรายวิชา มีความละเอียดประณีตเฉพาะตัวของมันเอง หรือเครื่องสำอางที่จำเป็นต้องมีการบริการ การแนะนำเป็นรายบุคคล บางชนิดยังต้องควบกับบริการอื่นๆ เช่น มีการนัดหน้าให้ก่อนแล้วจึงขายสินค้าซึ่งทำให้เกิดการขายต่อเนื่องในระยะ

ยาว หรือการขายเครื่องใช้ภายในครัวเรือน/บ้าน ก็มักจะมีการสาธิตและแนะนำวิธีการใช้ก่อนการเสนอขาย เป็นต้น

สำหรับธุรกิจในปัจจุบันและในอนาคต สินค้าและบริการหลายๆ ชนิด และหลายประเภท ส่วนใหญ่มักจะใช้ระบบและวิธีการขายโดยตรงเพื่อลดปัญหาและงบประมาณในการโฆษณา โดยหันมาจ่ายผลประโยชน์อย่างสูงให้กับนักขายและผู้บริหารงานขายตรงแทน ยิ่งในสถานะเศรษฐกิจชะลอตัว ธุรกิจหลายๆ ประเภทได้ตระหนักและเห็นความสำคัญของการใช้พนักงานขายที่สรรหามาหรือว่าจ้างมาช่วยเร่งเข้ากระตุ้นหรือสร้างยอดขายแทนการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ ธุรกิจการขายโดยตรงจึงไม่มีวันดับหรืออับแสงลงตราบดีก็ตามที่มนุษย์ยังต้องอาศัยปัจจัยสี่ในการดำเนินชีวิต

สรรพนามของนักขายตรง

นักขายโดยตรงถูกเรียกเป็นคำสรรพนามและคำศัพท์เฉพาะต่างๆ แล้ว แต่ประเภทของธุรกิจและลักษณะของงานที่ทำอยู่ ยกตัวอย่างเช่น

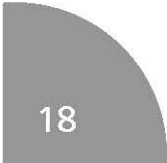
พิธีกร สำหรับผู้แนะนำสินค้า เครื่องใช้ในครัวเรือน เช่น พิธีกรทัฟเพอร์แวร์

ที่ปรึกษาความงามหรือสาวจำหน่าย สำหรับธุรกิจเครื่องสำอาง เช่น ที่ปรึกษาความงามของบริษัทหนูรี่ สาวจำหน่ายของเอวอน หรือมิสทีน ฯลฯ

พนักงานแนะนำสินค้า สำหรับผู้ขายสินค้าที่ต้องสาธิตการใช้สินค้า เช่น เครื่องใช้ไฟฟ้าต่างๆ

สมาชิก หลายๆ บริษัทใช้คำว่า “ สมาชิก ” เพราะเป็นคำกลางๆ ที่สามารถเรียกครอบคลุมสินค้าได้หลายๆ ตัว

ลูกค้า บางกิจการเรียกนักขายตรงว่าเป็นลูกค้า คือเมื่อสมัครเป็นลูกค้า



จะได้สิทธิ์ในการซื้อสินค้าราคาพิเศษและมีโอกาสหารายได้พิเศษจากการขาย

ฝ่ายประชาสัมพันธ์ ฝ่ายโฆษณา หรือฝ่ายส่งเสริมการขาย สำหรับ
ธุรกิจสิ่งพิมพ์ สื่อมวลชน หรือโรงแรมห้องพัก สถานบันเทิงต่างๆ

ตัวแทน สำหรับการขายประกันชีวิตและประกันภัยต่างๆ

พนักงานขาย สำหรับสินค้าโดยทั่วๆ ไป

ฝ่ายส่งเสริมสมาชิก สำหรับการขายบัตรเครดิต หรือสมาชิกต่างๆ

ผู้จำหน่ายตรง สำหรับองค์กรที่จำหน่ายสินค้าต่างๆ กันในระบบขาย
โดยตรงโดยทั่วๆ ไป

นักธุรกิจขายตรง สำหรับองค์กรที่จะเสริมสร้างทัศนคติของนักขาย
ตรงหรือผู้จำหน่ายตรงให้มีทัศนคติในเชิงบวกต่อตนเองต่องานและองค์กรว่า
ตนเป็นนักธุรกิจที่ประสบความสำเร็จ

แรกเริ่มเดิมทีที่มีการขายตรง

ถ้าหากเราจะกล่าวถึงลักษณะของธุรกิจการขายตรงว่าเริ่มต้นขึ้นเมื่อไร
นั้น ดูเหมือนจะตอบได้ยาก เพราะในสมัยโบราณที่มีการแลกเปลี่ยนสินค้า
ระหว่างกัน เช่น นำอาหารไปแลกกับวัสดุเครื่องใช้แทนการชำระเงิน ระหว่าง
คนต่อคนก็อาจถือได้ว่าเป็นการขายตรง หรือแม้แต่การทำวัสดุ เครื่องใช้อาหาร
แล้วไปวางขายหน้าร้านหรือหาบขายก็ถือได้ว่าเป็นการขายตรงอยู่แล้ว กล่าว
กันว่าระบบการขายตรงนี้ได้เริ่มต้นอย่างเป็นทางการเมื่อไม่กี่ร้อยปีที่ผ่านมานี้
เอง

ระบบการขายตรงนี้ได้เกิดขึ้นมาเป็นเวลากว่า 100 ปีแล้ว โดยเริ่มจาก
กลุ่มอาจารย์ในสหรัฐอเมริกา ที่มีความประสงค์จะทำงานเพิ่มขึ้นนอกเหนือ
จากชั่วโมงสอนในโรงเรียน ได้ออกแนะนำหนังสือสารานุกรมให้กับลูกศิษย์

ตนเองโดยใช้ช่วงเวลาเย็นๆ หลังจากเลิกงานและในวันหยุด ทำให้มีโอกาสได้พบปะพูดคุยกับผู้ปกครองของเด็กไปในตัว จนเป็นที่แพร่หลายอย่างกว้างขวาง ต่อมาก็มีอาจารย์บางท่านเป็นผู้สันทัดในวิชาทางด้านเคมี ก็ได้ทดลองผลิตน้ำหอมแจ็กเพื่อนฝูงญาติสนิทมิตรสหายของตนจนเป็นที่นิยมมากขึ้น จึงได้หันมาเปิดกิจการทำน้ำหอมเพื่อการขายตรงแทนการจำหน่ายหนังสือสารานุกรม

ระยะหลังจากสงครามโลกครั้งที่ 2 มาจนถึงปัจจุบัน ก็มีนักธุรกิจหลากหลายอาชีพได้นำเอาระบบการขายสินค้าตรงมาใช้กันจนเป็นที่แพร่หลายอย่างมาก ดังที่ท่านทั้งหลายได้พบเห็นในบ้านเรา ได้แก่ เครื่องใช้ไฟฟ้าต่างๆ ฯลฯ

สำหรับการขายตรงในเมืองไทยนั้นเริ่มต้นมาจากธุรกิจประกันชีวิตก่อน โดยชาวต่างชาติได้นำเอาระบบและวิธีการขายประกันชีวิตมาเผยแพร่ในเมืองไทยก่อนสงครามโลกครั้งที่ 2 หลังจากนั้นก็มีหนังสือสารานุกรม เครื่องใช้พลาสติก เครื่องสำอาง ฯลฯ เข้ามาเผยแพร่ในบ้านเราเมื่อหลายสิบปีก่อน





ประเภทของธุรกิจการขายตรง

ผู้เขียนขอแบ่งประเภทของธุรกิจออกเป็น 3 รูปแบบคือ

รูปแบบที่หนึ่ง แบ่งจากผลิตภัณฑ์หรือบริการ

การแบ่งจากผลิตภัณฑ์หรือบริการ จะดูจาก

1. ประเภทจำหน่ายสินค้า มี 2 ลักษณะคือ

- ▶ สินค้าอุปโภคบริโภค เช่น เครื่องสำอาง อาหารเสริม เครื่องใช้ภายในบ้าน ฯลฯ
- ▶ สินค้าที่เป็นสินทรัพย์ถาวร เช่น รถยนต์ บ้าน ที่ดิน คอนโดมิเนียม ที่พักตากอากาศ ฯลฯ

2. ประเภทการให้บริการ

- ▶ สำหรับการให้บริการ ได้แก่ บัตรเครดิต บัตรสมาชิกต่างๆ การศึกษาต่อ / พิเศษ การท่องเที่ยว ฯลฯ

3. ประเภทพิเศษ

- ▶ ในประเภทพิเศษ ได้แก่ ประกันภัย ประกันชีวิต ธุรกิจการเงิน ฯลฯ

สำหรับแนวโน้มของการเจริญเติบโตในธุรกิจประเภทต่างๆ เราพอจะจัดอันดับได้ว่าธุรกิจประเภทจำหน่ายสินค้าเจริญเติบโตเป็นอันดับหนึ่ง เพราะเป็นส่วนของปัจจัยที่เป็นพื้นฐานของมนุษย์ทุกคน ส่วนอันดับสองก็คือประเภทพิเศษ ได้แก่ ธุรกิจประกันชีวิต สำหรับอันดับสามคือประเภทให้บริการ ซึ่งเพิ่งเข้ามาเจริญเติบโตในเมืองไทยไม่กี่ปีนี้เอง

รูปแบบที่สอง แบ่งจากระบบการขายตรง

การแบ่งจากระบบการตรงนั้น จะแบ่งเป็น 3 รูปแบบคือ

1 ระบบการขายตรงแบบชั้นเดียว (single level system)

ระบบการขายตรงแบบชั้นเดียวลักษณะโครงสร้างในระบบการขายตรงแบบชั้นเดียว จะไม่ซับซ้อนและเป็นที่เข้าใจง่ายสำหรับนักขายในอันที่จะก้าวขึ้นมาเป็นผู้บริหารและเสริมสร้างทีมขาย

ลักษณะของระบบขายตรงแบบชั้นเดียวคือ

1. ผู้บริหารทีมขาย มีรายได้จากค่าจ้างหรือเงินเดือนที่เป็นรายได้ประจำ
2. รายได้ ผู้บริหารทีมขายในระบบขายตรงแบบชั้นเดียวจะมีฐานของรายได้แตกต่างกันตามจำนวนคนในทีม เป้าหมาย หรือทีมงานที่แตกต่างออกไป ในข้อนี้ขอสรุปว่ามีเงินเดือนควบคู่กับเป้าหมายของทีมงานหรือยอดขาย
3. บริหารทีมขาย มีค่าบริหารทีมขายในอัตราเปอร์เซ็นต์ที่แน่นอนระหว่าง 3 - 10 เปอร์เซ็นต์สำหรับทีมขายของตน และระหว่าง 1 - 6 เปอร์เซ็นต์เมื่อมีหน่วยลูกหรือหน่วยหลานเกิดขึ้น
4. ผลประโยชน์อื่นๆ ก็คือ รางวัลส่งเสริมการขายในรูปแบบต่างๆ เช่น รางวัลแข่งขันเดินทาง ให้รถยนต์ประจำตำแหน่ง ฯลฯ
5. สิทธิพิเศษต่างๆ ในฐานะผู้บริหาร เช่น การอนุมัติ เบิก จ่าย ยืม สินค้าให้ทีมงาน การรับรอง หรือค้ำประกันบุคคลในทีมงาน ฯลฯ
6. ข้อบังคับที่สำคัญ ถึงแม้ว่าการขายตรงในระบบชั้นเดียวจะไม่มีภารกิจของเวลาในการทำงานก็ตาม แต่เมื่อมีการประชุมครั้ง

ใดๆ ก็ตาม ผู้บริหารขายตรงจะขาดการประชุมมิได้และ ถือเป็นสิ่งสำคัญด้วย ถ้าหากหัวหน้าผู้จัดการทีมขายตรงขาดการประชุม จะถูกหักผลประโยชน์ออกไป

ตัวอย่างโครงสร้างในระบบขายตรงแบบชั้นเดียว

คุณจะได้

1. เงินเดือน
2. ค่าบริหารงานขายที่ทีมงานตนเองและในสายงาน
3. ค่านายหน้า
4. รางวัลส่งเสริมการขาย

ฯลฯ

เช่น เงินเดือน 7,000 บาท ค่าบริหารงานขาย 3 - 5 เปอร์เซ็นต์ ค่านายหน้า 25 เปอร์เซ็นต์

2. ระบบการขายตรงแบบหลายชั้น (multi level system)

แนวความคิดการขายตรงแบบหลายชั้น เกิดขึ้นที่สหรัฐอเมริกาเป็นครั้งแรก โดยถือกันว่าแนวคิดนี้เป็นผลพวงที่เกิดมาจากร้านลูกโซ่หรือที่เรียกว่าร้านแฟรนไชส์ที่แพร่หลายกันอยู่ทุกวันนี้

ร้านแฟรนไชส์เป็นลักษณะการบริหารแบบลูกโซ่หรือนำเอาธุรกิจตราหรือยี่ห้อ และระบบวิธีการขายที่ประสบความสำเร็จอยู่ในขณะนั้นมาถ่ายทอดวิธีการขายให้แก่ร้านใหม่ที่ตั้งขึ้นเพื่อขายสินค้าประเภทเดียวกัน คล้ายร้านค้าในเมืองไทย เช่น เซเว่นอีเลฟเว่น แวนทอปเจริญ แม็คโดนัลด์ ฯลฯ ต่อมาจึงมีการนำเอาวิธีการนี้มาถ่ายทอดให้นักขายตรง ซึ่งวิธีนี้เราเรียกว่าการขายตรง

ลักษณะของงานขายตรงแบบหลายชั้น

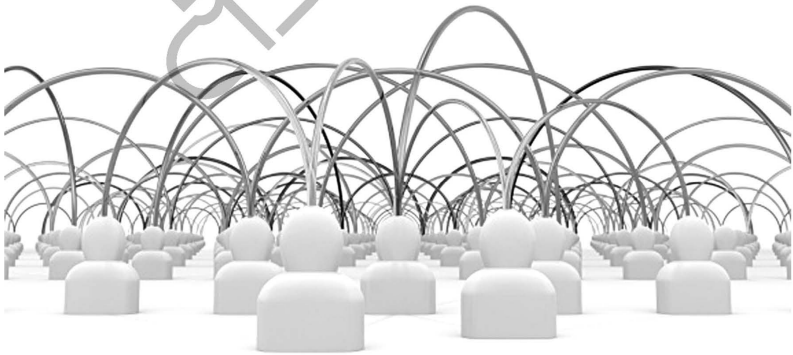
1. การไต่บันไดขึ้นสู่ผู้บริหารทีมขาย เริ่มจากฐานล่างคือในระดับล่างก่อน โดยมีรายได้จากค่าคอมมิชชั่นในระดับสูงหรือตามสัดส่วนของยอดขายส่วนตัวหรือของสมาชิกในกลุ่มของตน
2. ผู้นำกลุ่มในระบบ MLM หรือระบบหลายชั้น ไม่มีเงินเดือนไม่มีเป้าหมายจากบริษัทของตน แต่ผู้นำกลุ่มจะต้องวางแผนสร้างความเจริญเติบโตให้กับตนเองและคนในที่ทีมงานด้วยระบบการตลาดที่เอื้ออำนวย
3. ระบบการตลาดที่เอื้ออำนวยก็คือ สมาชิกเปรียบเสมือนลูกค้า และลูกทีมก็คือสมาชิก ผู้จำหน่ายตรงระบบนี้จะสอนให้ทำเหมือนๆ กัน คือ ให้ชักชวนสมาชิกที่เรียกว่าการรีครูทหรือผู้สนับสนุน (sponser) ให้ทำตามแบบอย่างวิธีการเหมือนๆ กัน คือชวนมาทำแต่ละ 3 - 5 คนที่เป็นดาวเน็ตไลน์หรือลูกทีมใกล้ตัวที่สุด
4. โดยบริษัทมีโครงสร้างเป็นผลประโยชน์ที่เรียกว่าแผนการตลาดในช่วง 10 - 50 เปอร์เซ็นต์โดยประมาณ ให้กับสมาชิกและผู้บริหารขายตรงในระบบนี้ตามระดับต่างๆ โดยเฉลี่ยแล้วมักไม่ต่ำกว่า 5 ระดับ

3. ระบบการขายตรงแบบพีระมิด (pramid system)

ระบบนี้กล่าวกันว่าไม่ค่อยมีการนิยมใช้ และถูกมองว่าเป็นระบบและวิธีการที่ไม่ค่อยชอบมาพากล ผิดกฎหมาย และเอาเปรียบผู้สมัครขายตรง ลักษณะของระบบนี้คือ

1. มักจะมีการเก็บค่าสมัครเป็นผู้จำหน่ายตรงในราคาที่สูงและไม่มี การคืนให้จนกว่าจะได้ผลงานตามเป้าหมาย หรือไม่คืนโดยถือว่าเป็นค่าใช้จ่ายในการสอนงานหรือค่าอุปกรณ์
2. ใครเข้าทำงานก่อนจะได้รับตำแหน่งก่อนตามระบบอาวุโส โดยไม่ ได้ใช้ความสามารถส่วนตัวเท่าใดนัก และผลงานของตนคือผลงาน ของลูกทีมที่โอนมานั่นเอง
3. การรักษาค่าผลงานหรือการรักษาตำแหน่งนั้นไม่มีโครงสร้างผลงาน ส่วนตัวบังคับ คล้ายกับว่ามีขึ้นแล้วลงยาก

ระบบนี้แทบจะเรียกได้ว่าไม่มีการใช้ในธุรกิจขายตรงของเมืองไทยเลย นับตั้งแต่มีระบบการขายตรงแบบหลายชั้นเข้ามาเผยแพร่ในเมืองไทย เพราะ จุดอ่อนและข้อจำกัดมีมากมาย



รูปแบบที่สาม แบ่งจากแผนการตลาด

การแบ่งประเภทการขายตรงโดยดูจากแผนการตลาดก็จะแบ่งเป็น 3 รูปแบบเช่นกันคือ

1. แผนการตลาดแบบชั้นเดียวหรือสายเดียว (single line)

รูปแบบแผนการตลาดแบบชั้นเดียวหรือสายเดี่ยวนั้นเป็นของบริษัทเพาเวอร์ ซุปเปอร์สตาร์ จำกัด ได้นำมาใช้ในประเทศไทยก่อน โดยแผนการตลาดมีลักษณะที่จะชวนคนจะก็คนที่ตามแล้ววางสายงานหรือทีมงานซึ่งถือเป็นองค์การของผู้นำคนนั้นๆ โดยวางจำนวนคนลงไปโนแนวลึกเรื่อยๆ จนกว่าจะครบ 60 รหัสจะได้รับคะแนน 1 Win สำหรับการคำนวณว่าจำนวนคนในสายงานนั้นๆ จะอยู่สายงานของใครก็ต้องดูแผนการตลาดให้เข้าใจอย่างถ่องแท้ ซึ่งแผนการตลาดแบบนี้ในเมืองไทยปัจจุบันนี้ (2556) ผู้เขียนยังไม่เห็นมีปรากฏครับ

2. แผนการตลาดแบบไบนารี (binary)

การขายในรูปแบบไบนารีนี้ บริษัท E. Y. I (Essentially Industries Thailand) Co., Ltd) เป็นบริษัทที่นำสินค้าอาหารเสริมเพื่อลดความอ้วนเข้ามาเผยแพร่โดยผู้จำหน่ายตรงเป็นที่ศรีก๊กโครม ในราวต้นปี พ.ศ. 2542

3. แผนการตลาดแบบเครือข่าย

แผนการตลาดแบบเครือข่ายนี้มีบริษัทขายตรงต่างๆ ใช้กันอย่างกว้างขวาง บริษัทที่เป็นต้นแบบในการใช้แผนการตลาดแบบนี้คือบริษัทแอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด

แนวคิดจากระบบการขายตรงตามแบบเครือข่ายหรือระบบขายตรงหลายขั้นนี้ จะสอนให้ทีมงานทำเหมือนตนเพื่อให้ผลรวมสรุปจากยอดขายเติบโตอย่างรวดเร็ว จากข้อสมมติฐานที่ว่าถ้าหากท่านจะแจ้งข่าวประชุมลูกเงินให้กับทีมงานของตน โดยขอเชิญทีมงานทั้งหมด 625 คนมาประชุมพร้อมกันในวันรุ่งขึ้น โดยการให้เลขานุการของท่านเป็นผู้ดำเนินการ

วิธีที่เลขานุการของท่านจะเลือกทำมีหลายวิธีคือ

1. ทำจดหมายแจ้ง
2. โทรสารแจ้ง
3. โทรเลข
4. โทรศัพท์

การใช้โทรศัพท์คงจะเป็นวิธีสุดท้ายที่สามารถจะเลือกปฏิบัติได้ แต่ปัญหาอยู่ที่ว่าจะปฏิบัติวิธีใด ปฏิบัติอย่างไรให้รวดเร็ว และให้ทันวันพรุ่งนี้ ซึ่งมี 2 วิธีคือ

วิธีที่ 1 ถ้าเลขานุการใช้โทรศัพท์แจ้งให้คน 625 คนทราบ สิ่งที่เลขานุการจะต้องทำให้ได้ก็คือ

- ▶ เลขานุการไม่ต้องทำอะไรเลย นอกจากยุ่งกับโทรศัพท์ตลอด 24 ชั่วโมง
- ▶ เลขานุการจะต้องมีหมายเลขโทรศัพท์ของสมาชิกทุกคน
- ▶ เลขานุการจะต้องเสียเวลาหมุนโทรศัพท์ เสียเวลาแจ้งข่าว และคอยจนกว่าอีกฝ่ายจะมารับโทรศัพท์

สมมติว่าการใช้โทรศัพท์วิธีนี้เสียเวลาโดยเฉลี่ยคนละ 3 นาที ถ้ามีสมาชิก 625 คน เลขานุการจะต้องใช้เวลาถึง 1,875 นาที หรือเท่ากับ 31 ชั่วโมงกับอีก 25 นาที ปัญหาก็คือ

- ▶ เลขานุการแจ้งไม่ทัน
- ▶ ใช้เวลามากมาย
- ▶ วันต่อมาอาจลาออก

วิธีที่ 2 ถ้าเลขานุการแจ้งให้หัวหน้ากลุ่มหรือเพื่อนสนิทของสมาชิกทราบ โดยเลขานุการแจ้งข่าวทางโทรศัพท์เพียง 5 ท่าน และให้อีก 5 ท่านแจ้งข่าวต่อไปอีก 5 ท่าน คือสรุปว่าทุกคนที่ทราบข่าวแล้วให้แจ้งข่าวต่ออีกคนละ 5 ท่าน วิธีนี้ใช้เวลาเพียง 60 นาทีหรือ 1 ชั่วโมง ตามตัวอย่างคือ

5 คนแรก ใช้เวลา $3 \times 5 = 15$ นาที ได้ 5 คน
กลุ่มที่ 2 ใช้เวลา $3 \times 5 = 15$ นาที ได้ 25 คน
กลุ่มที่ 3 ใช้เวลา $3 \times 5 = 15$ นาที ได้ 125 คน
กลุ่มที่ 4 ใช้เวลา $3 \times 5 = 15$ นาที ได้ 625 คน

เคยมีผู้สอบถามผู้เขียนว่าควรสมัครเป็นพนักงานขายตรงบริษัทไหน หรือสินค้าไหนให้รวย ผู้เขียนก็ขอตอบ 2 ประเด็นที่จะทำให้รวยเร็ว รวยแรง และรวยรอด คือดูจากสินค้าและแผนการตลาด

๐๐๐๐๐๐๐

สินค้า

จะขายสินค้าประเภทใดดี ซึ่งก็ขึ้นอยู่กับตัวเรา โดยพิจารณาที่

1. **วัฏจักรของสินค้า** ดูว่าวัฏจักรสินค้านั้นอยู่ในยุคใด มีผู้คนสนใจหรือไม่ เป็นสินค้าที่เก่าหรือใหม่ สินค้าอยู่ในยุคเสื่อม ยุคเจริญ หรือจำเป็นหรือไม่
2. **ชอบพูดมากกว่าสาธิต/แสดงสินค้า** ถ้าชอบพูดมากกว่าก็น่าจะเป็นสินค้าประเภทอาหารเสริม เครื่องประดับ หรือขายสินค้าที่มีสินค้าให้ผู้มุ่งหวังเลือกอย่างหลากหลาย
3. **ทั้งพูดและสาธิตผลิตภัณฑ์หรือสินค้า** มีสินค้าในธุรกิจขายตรงส่วนใหญ่ต้องให้การแสดงหรือสาธิต เช่น เครื่องสำอาง เครื่องครัว น้ำยาทำความสะอาด ฯลฯ ซึ่งเราสามารถใช้สื่อเป็นเครื่องมือช่วยขายได้ เช่น VCD, DVD หรือ VDO ช่วยพูดและสาธิตแทนเรา

๐๐๐๐๐๐๐

แผนการตลาด

ดูว่าแผนการตลาดของบริษัทหรือสินค้านั้นๆ เปิดโอกาสให้เราได้ทำธุรกิจขายตรงได้อย่างไร รวดเร็ว และร่ำรวยหรือไม่ ผู้เขียนขอแสดงความคิดเห็นดังนี้

1. **แผนการตลาดแบบสร้างสายเดียว** นักขายตรงเรียกว่าสร้างสายงานให้ยาวแบบด้ามท่อเรือ การสร้างสายงานแบบนี้แม้มีคนรู้จักมากก็ต้องมี

ผู้สนับสนุนชักชวนผู้คนต่อลงไปเรื่อยๆ ใช้ดาวบนไลน์หรือสายงานของเราเพื่อสร้างแรงจูงใจให้ทีมงานเราสนับสนุนและชักชวนต่อไปให้ถึงลงไปอีก แต่วิธีนี้ส่งเสริมให้ผู้ทำงานขายตรงไม่ค่อยชอบที่จะเป็นผู้สนับสนุน แต่อาจจะเหมาะสมสำหรับผู้ที่เกี่ยวข้องสนับสนุนหรือสปอนเซอร์ผู้คนที่เข้าสู่ถนน MLM

2. แผนการตลาดแบบไบนารีหรือสร้างสายงานสองสายก็สำเร็จ

คือหาสายงานที่เข้มแข็งสองสายงานก็มีโอกาสที่จะประสบความสำเร็จได้ แผนการตลาดแบบนี้เคยเป็นที่นิยมเมื่อปี พ.ศ. 2542-2543 จากบริษัท E. Y. I. สำหรับแผนการตลาดแบบไบนารีที่ประเทศไทย ยอดขายหรือยอดขายสมาชิกทั้งสองสายงาน คือจากซ้ายและขวาจะต้องเท่ากันหรือสมดุลกัน ผู้นำจึงจะได้รับผลตอบแทนในระดับที่สมดุล เช่น

0000000		
฿		
ก	ข	
ยอดขาย 100	ยอดขาย 100	ผลตอบแทน 20 %
ยอดขาย 1,000	ยอดขาย 1,000	ผลตอบแทน 30 %
ยอดขาย 10,000		ผลตอบแทน 40 %

ตามแผนการตลาดแบบนี้ เราจะได้รับผลตอบแทนที่ระดับ 1,000 บาท หากอยากจะได้รับผลประโยชน์เพิ่มขึ้นอีก จะต้องช่วยให้สายงาน ข มียอด

ขาย 10,000 บาท ขึ้นไป

แต่จากบทเรียนที่ต่างประเทศ เช่น ไต้หวัน ที่มีการแข่งขันในธุรกิจขายตรงอย่างมากมาย โดยเฉพาะแข่งขันกันที่แผนการตลาดแบบไปนารีนี้ จาก การจ่ายผลตอบแทนประโยชน์ให้ผู้นำโดยไม่ได้คำนึงว่ายอดขายงานซึ่กซ้ายกับซึ่ก ขวาจะต้องสมดุลเสมอไป หลายๆ บริษัทที่เ้ใช้แผนการตลาดแบบไปนารีที่ไม่ จำเป็นต้องมียอดขายที่สมดุลนั้นจำเป็นต้องยุติกิจการลงไป

3. แผนการตลาดแบบเครือข่าย ตามที่กล่าวไปแล้วในเรื่องแผนการ ตลาด สองแบบแรกตามลำดับคือ สร้าง 1 สายงานกับสร้าง 2 สายงาน สำหรับ แผนการตลาดแบบเครือข่าย คือผู้นำส่วนใหญ่จะแนะนำให้สร้างทีมงานหรือ สายงาน 3 สายงานขึ้นไปให้สำรวจแผนการตลาดแบบนี้บริษัทในประเทศไทย มากกว่า 75 เปอร์เซ็นต์ใช้กันในการทวิ่ยอดขาย

ผู้เขียนขอสรุปว่าการเลือกตัดสินใจทำธุรกิจกับผลิตภัณฑ์ สินค้า หรือ บริษัทใดให้รวดเร็ว รวยแรง และรวยรวดนั้น ไม่ใช่เรื่องสำคัญ ปัญหาที่อยู่ที ี่ว่า เรากล้าที่จะลงมือกระทำอย่างสม่ำเสมอหรือไม่ ให้คิดใหม่ได้ใหม่ที่เราจะ ทำงานอย่างไม่ยอมหยุด แม้มีข้างมาจุดจะไม่หยุดหยุดทำงานขายตรง

