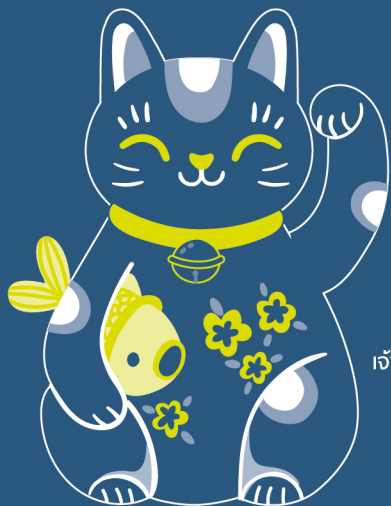


「あなたから買いたいー！」
と言われる熱狂顧客の作り方

ขาย 1 คน ตามมาซื้ออีก 100 คน

วิธีขายแบบ **ลงแรงครั้งเดียว** เก็บดอกผลกินได้ยาว ๆ
เพียงแค่เปลี่ยน **ลูกค้าหนึ่งคน** ที่คุณมีอยู่แล้ว
ให้เป็นแฟนที่คลั่งไคล้ดลด้วยบอกต่อ
ช่วยเราขายไม่หยุด



สุนาตะ มาซาชิ เขียน

ผู้เป็นหนี้บัตรเครดิตเป็นล้าน **สู่** นักขายระดับ TOP CLASS
เจ้าของเทคนิคการแตกยอดลูกค้า ที่พลิกชีวิตนักขายทั่วญี่ปุ่น

อนิชา เกมเฝ้าพันธ์ แปล

howto

ขาย 1 คน ตามมาซื้ออีก 100 คน

สุนตะ มาชาธิ
เขียน

อนิษา เกมเผ่าพันธุ์
แปล

ก า ร อ่ า น คื อ ร า ก ฐ า น ที่ ส ำ ค ัญ

สิ่งที่ผมอยากให้ทุกคนลองทำก็คือ จินตนาการภาพตัวอย่าง
สำหรับการ “ลลท.” (ลอกเลียนให้ถึงที่สุด)
พร้อมกับพลิกอ่านหนังสือเล่มนี้ไปที่ละหน้า

—สุนตะ มาชาธิ



หนังสือคุณภาพ
โดยอมรินทร์กรุ๊ป

ขาย 1 คน ตามมาซื้ออีก 100 คน

howto

ในเครือบริษัทอมรินทร์ คอร์เปอเรชั่นส์ จำกัด (มหาชน)

378 ถนนชัยพฤกษ์ (บรมราชชนนี) เขตตลิ่งชัน กรุงเทพฯ 10170

โทรศัพท์ 0-2422-9999 ต่อ 4964, 4969 E-mail: info@amarin.co.th

www.amarinbooks.com    @amarinbooks  **Amarin How-To**

"ANATA KARA KAITAI" TO IWARERU NEKKYOKOKYAKU NO TSUKURIKATA

Copyright © 2022 Masashi Sunada

Thai translation rights arranged with standards

through Japan UNI Agency, Inc., Tokyo and Arika Interrights Agency, Bangkok

สื่อดิจิทัลให้บริการดาวน์โหลดสำหรับผู้บริการตามเงื่อนไขที่กำหนดเท่านั้น

การทำซ้ำ ดัดแปลง เผยแพร่ ไม่มีวิธีใดนอกเหนือจากเงื่อนไขที่กำหนด

ถือเป็นความผิดอาญาตาม พรบ.ลิขสิทธิ์ และ พรบ.ว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์

เลขมาตรฐานสากลประจำหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ 978-616-18-5970-1

เจ้าของ ผู้พิมพ์ผู้โฆษณา บริษัทอมรินทร์ คอร์เปอเรชั่นส์ จำกัด (มหาชน)

กรรมการผู้อำนวยการใหญ่ วรวิณ อุทกะพันธุ์ ปัญจรุ่งโรจน์ • กรรมการผู้จัดการ อุษณีย์ วิรดกพันธ์

ที่ปรึกษาสายงานสำนักพิมพ์ในเครือ อดิเรก จิระอร • บรรณาธิการอำนวยการ สิริกานต์ ผลงาม

บรรณาธิการบริหาร วิรัชฐา กาลามเกษตร์ • บรรณาธิการ กุลภา หวลกระสินธุ์

ผู้จัดการฝ่ายการผลิต อมรวิมลเกษณ์ เขียวกลิ่น • ศิลปกรรม ศิริพร เสนายอด

คอมพิวเตอร์ จิรณีย์ คำจันทร์ • พิสูจน์อักษร เกลักริยา พรหมทอง • ฝ่ายการตลาด กุลพัฒน์ บัวละอ

คำแนะนำนักพิมพ์

ใครคือลูกค้าคนสำคัญที่สุดสำหรับคุณ

นี่คือคำถามวัดใจที่เป็นตัวตัดสินระหว่าง “นักขายมือหนึ่ง” กับ “นักขายทั่วไป”

ในยุคที่คู่แข่งอยู่ใกล้เราเป็นเงาตามตัว ไม่ว่าจะหันไปทางไหน ก็เป็นอันต้องเจอคนที่ขายถูกกว่า เก่กว่า หรือใจถึงกว่าอยู่ร่ำไป กลยุทธ์ที่หลายคนงัดมาใช้คงหนีไม่พ้นการหาน้ำหนักน้ำใหม่

แต่...ไม่นานนานน้ำสีครามที่วาดฝันไว้ก็กลายเป็นทะเลแดงเดือด ที่ไม่ว่าใครก็เข้ามาทอดสมอได้ แล้วเราต้องทำอย่างไรต่อไป มีวิธีไหนที่ทำให้เราเป็นเจ้าตลาดได้บ้าง มีเทคนิคการขายแบบไหนที่ลงแรงไม่มาก แต่ได้ผลตอบแทนกลับมาเป็นทบเท่าทวีคูณ

สุนาตะ มาซาชิ สุดยอดนักขายอันดับหนึ่งของญี่ปุ่น ชายผู้พลิกชีวิตจากการติดหนี้บัตรเครดิตจนสร้างยอดขายได้สูงสุดเป็นประวัติการณ์ ด้วยการบอกต่อของลูกค้าเพียงคนเดียว ได้พบไข่มุกเม็ดงามที่จะพาคุณไปไขรหัสคำถามเหล่านั้น

เพียงหา “ลูกค้าคนสำคัญ” ที่คอยยื่นมือช่วยเหลือสนับสนุนเรา ให้เจอ แล้วทำตามเทคนิคต่างๆ ที่ผู้เขียนแนะนำในเล่ม จนเขาหรือเธอเหล่านั้นกลายเป็นแฟนพันธุ์แท้ที่เต็มใจบอกต่อคุณกับคนอื่น ๆ เท่านี้ลูกค้ามากมายก็จะถูกดึงดูดให้หลั่งไหลเข้ามาไม่ขาดสาย ผ่านเครือข่าย

ความสัมพันธ์ที่เรียกว่า Fantree Marketing ซึ่งแตกกิ่งก้านแผ่ขยาย
ออกไปอย่างไม่สิ้นสุด เป็นสุดยอดกลยุทธ์ที่ทำให้ชีวิตการขายของคุณ
กลายเป็นเรื่องง่าย จากที่ต้องออกไปไล่ล่าลูกค้าทุกครั้งไป ก็เปลี่ยนมาเป็น
เลื่อนอนกกินที่ลงมือลงแรงหวานเมล็ดพันธุ์แค่ครั้งเดียวแต่เก็บเกี่ยวดอกผล
ไว้มากได้อีกนาน

ดังนั้น ยิ่งได้เจอ “ลูกค้าแฟนพันธุ์แท้” เร็วเท่าไร ชีวิตการขาย
ของคุณก็สุขสันต์มากเท่านั้น

howto

สารบัญ

บทนำ

เหตุผลที่คนซึ่งเคยเป็นหนี้ 10 ล้านเยนอย่างผม
ยังรักษายอดขายสูงสุดไว้ได้

01	จากคนที่ติดหนี้บัตรเครดิตตกลายมาเป็นนักขายตัวท็อปของวงการ	2
02	เพราะเจอความล้มเหลวทุกรูปแบบมากกว่า 12 ปี จึงรู้วิธีหลุดจากวงจรการทำยอดไม่ได้	6
03	แนวคิด “Fantree Marketing” ช่วยเปลี่ยนชีวิตงานขายของคุณได้	15
04	ขอเพียงเป็นงานที่มีลูกค้า เทคนิคนี้ก็ใช้ได้กับทุกอาชีพ	20

บทที่ 1

เดือนที่ 1 - ภาคความคิด

สนใจไหมว่าการเพิ่มยอดขายด้วยการหาลูกค้าใหม่เป็นสิ่งที่ถูกต้อง

01	ปล่อยไปตามบุญตามกรรมไร้แบบแผน แล้วเมื่อไหร่จะสังเกตเห็น เพชรเม็ดงาม	24
02	คุณกำลังถูกตัวเลขของบริษัทปั่นหัวอยู่หรือเปล่า ลองทำมินิสัก 3 เดือนดูสิ	28
03	หากไม่รู้จัก 2 ขั้นตอนในการตั้งเป้าหมาย ก็อาจทำเป้าหมายได้สำเร็จ	33
04	อย่าหลงเชื่อคำพร่ำสอนของบริษัทที่บอกให้ไล่ล่าลูกค้าใหม่	39
05	เหตุผลที่กลยุทธ์ “Fantree Marketing” นำกลับมาใช้ได้บ่อยครั้ง	45

06	การแลกเปลี่ยนข่าวสารแต่ในสังคมแบบ ๆ อย่างในบริษัท คือต้นตอของความพ่ายแพ้	50
07	ลองนึกถึงการเจรจาธุรกิจซึ่งทำให้คุณตื่นเต้นมากที่สุดดูสิ	56

บทที่ 2

เดือนที่ 1 - ภาคปฏิบัติ

กำหนด “ลูกดำที่ทำให้ใจเต้น” กับ “ลูกดำคนสำคัญ” ให้ชัดเจน

01	“ลูกดำที่ทำให้ใจเต้น” คือใคร คุณต้องเป็นผู้กำหนดเอง	62
02	คำถาม 2 ข้อสำคัญในการหาลูกดำที่ทำให้ใจเต้น	68
03	“ระดับความสนิทสนม” คือสิ่งสำคัญอันดับหนึ่ง ในการพุ่มพักลูกดำกลุ่มที่ทำให้ใจเต้น	75
04	เมื่อปรับการทำงานให้เข้ากับ “ลูกดำกลุ่มที่ทำให้ใจเต้น” ได้เมื่อไร แรงดึงดูดย่อมเกิดขึ้นเมื่อนั้น	82
05	การหาลูกดำใหม่สำคัญก็จริง แต่การดูแลลูกดำปัจจุบัน สำคัญยิ่งกว่า	86
06	ความแตกต่างระหว่าง “บัญชีรายชื่อลูกดำทั่วไป” กับ “บัญชีรายชื่อลูกดำที่ถูกต้อง”	91

บทที่ 3

เดือนที่ 2

หว่านเมล็ดพันธุ์แห่งการแนะนำตัวเองในแบบฉบับของคุณ

01	ความเป็นตัวคุณ คือผลคูณของ “สิ่งที่ทำได้ดี”	102
02	แสดง “ความเป็นตัวคุณ” ให้ชัดเจน และเปลี่ยนสิ่งที่ยากนำเสนอออกมาเป็นคำพูด	109

03	“ความเป็นตัวคุณ” เพียงอย่างเดียว อาจไม่พอสำหรับ สร้างลูกดักลุ่มที่ทำให้ใจเต้น	113
04	เคล็ดลับสร้างแฟนพันธุ์แท้ด้วยการเพิ่มระดับความสนิทสนม	118
05	การแนะนำตัวในอุดมคติ เริ่มต้นจาก “ทัศนคติในการบอกต่ออย่างถูกต้อง”	122
06	มุ่งเป้าไปที่ “คนประเภทเดียวกัน” เพื่อสร้างการบอกต่ออย่างทรงพลัง	128
07	วิธีสร้างบทสนทนาโดนใจอันนำไปสู่การหว่านเมล็ดพันธุ์ แห่งการแนะนำตัว	133

บทที่ 4

ตอนที่ 3

ฝึกฝนวิธีสร้างแฟนพันธุ์แท้ในแบบฉบับของคุณ

01	เล็ง “ว่าที่ลูกดักแฟนพันธุ์แท้” เอาไว้ 3 คน จาก “ลูกดักลุ่มที่ทำให้ใจเต้น”	142
02	ปัจจัยเปลี่ยน “ลูกดักลุ่มที่ทำให้ใจเต้น” เป็น “ลูกดักแฟนพันธุ์แท้” ก็คือตัวคุณ	145
03	ใครคือคนที่คอยสนับสนุนให้กำลังใจในยามที่คุณทุกข์ยาก	148
04	ข้อดีของการแปลงความรู้สึกชอบคุณออกมาเป็นถ้อยคำ ด้วย “จดหมายหนึ่งชีวิตหนึ่งพบ”	153
05	เมื่อเปลี่ยน “Fantree Marketing” ให้เป็นรูปธรรม จะดึงดูด “ลูกดักที่ทำให้ใจเต้น” เข้ามาเรื่อย ๆ	158
06	แต่รู้วิธีสร้างลูกดักลุ่มแฟนพันธุ์แท้ ก็ล้มเหลวไม่มีลูกดักไปได้เลย	167
07	การใช้ฐานข้อมูลให้เกิดประโยชน์ ช่วยให้การทำซ้ำเพิ่มขึ้นแบบก้าวกระโดด	177

บทที่ 5

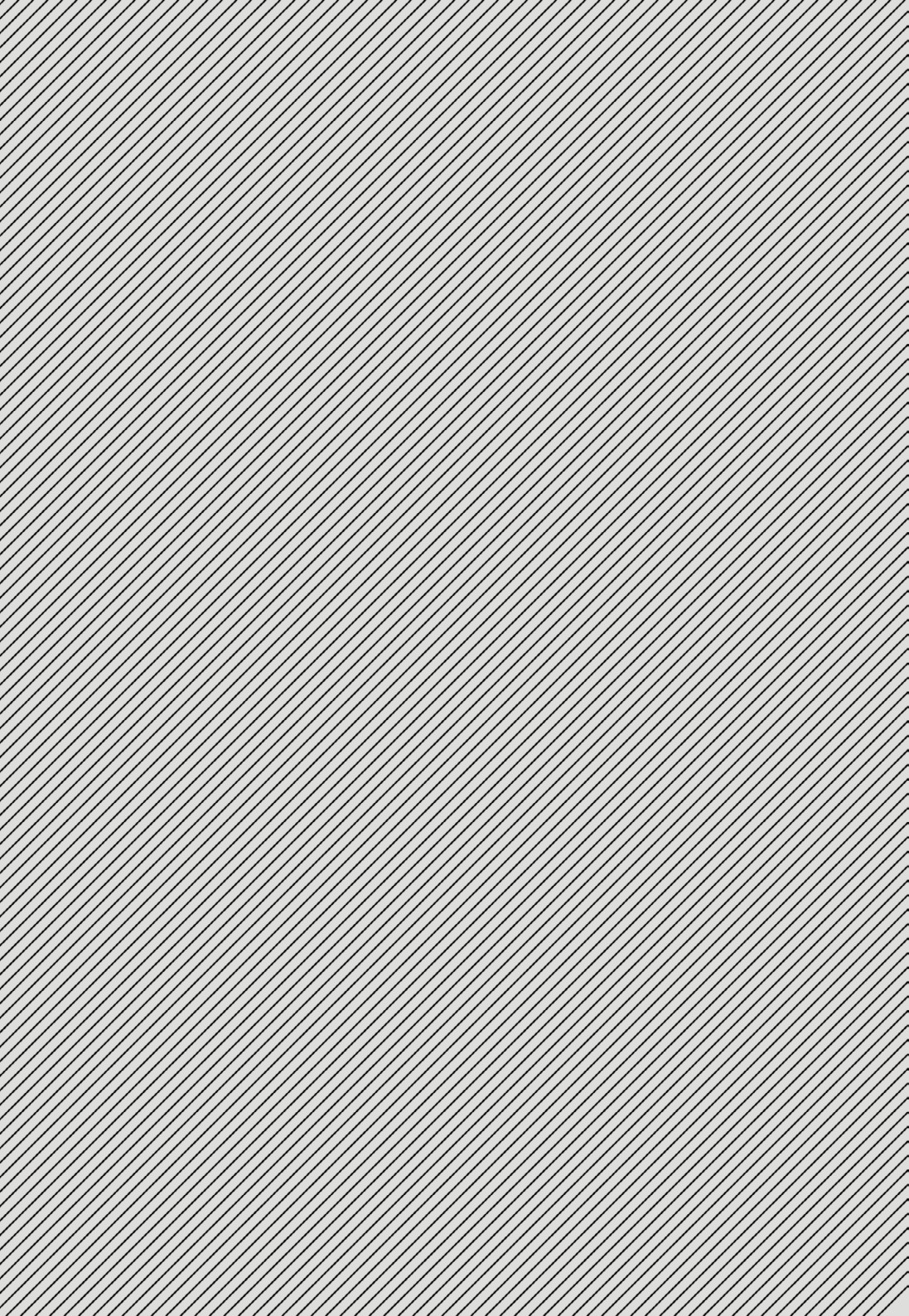
ตัวอย่างความสำเร็จที่เกิดขึ้นจริงจากแนวคิด “Fantree Marketing”

- | | | |
|----|--|-----|
| 01 | วิธีที่ช่วยให้สมาชิกกว่า 60 เปอร์เซนต์ ก้าวขึ้นมาเป็น
กลุ่มท็อป 6 เปอร์เซนต์ในระดับสากล | 188 |
| 02 | สภาพแวดล้อมซึ่งช่วยให้นำตัวอย่างความสำเร็จของคนอื่น
มาเป็น “จุดแข็ง” ของตัวเองแบบไม่ต้องอาย | 193 |
| 03 | การสร้างสภาพแวดล้อมเพื่อให้มี “Output”
คือเคล็ดลับสู่การสร้างผลงานอย่างต่อเนื่อง | 213 |

บทส่งท้าย

การเปลี่ยนลูกค้าเพียง 1 คน ให้กลายเป็น “แฟนพันธุ์แท้” จะเปลี่ยนโลกการขายของคุณไปอย่างสิ้นเชิง

- | | | |
|----|---|-----|
| 01 | ไม่มีอะไรเหมาะสำหรับใช้เพื่อศึกษาเรียนรู้ซ้ำ ๆ ทำซ้ำวิดีโอ
บนยูทูปอีกแล้ว รับรองว่าการดึงดูดจะเกิดขึ้นทีละเล็กละน้อย | 218 |
| 02 | เมื่อจัดวาง “ความเป็นตัวคุณ” ได้ชัดเจน การสร้างรายได้ด้วย
“Fantree Marketing” ย่อมเกิดขึ้นตามมา | 222 |
| 03 | สร้างความสัมพันธ์ในอุดมคติแบบ win-win ด้วยกิจกรรม
ที่ทำให้ลูกค้าธรรมดากลายเป็น “ลูกค้ากลุ่มที่ทำให้ใจเต้น” | 227 |
-
- | | |
|-------------------|-----|
| เกี่ยวกับผู้เขียน | 232 |
|-------------------|-----|



บทนำ

เหตุผลที่คนซึ่งเคยเป็นหนี้
10 ล้านเยนอย่างผม
ยังรักษายอดขายสูงสุดไว้ได้



01

จากคนที่ติดหนี้บัตรเครดิต กลายมาเป็นนักขายตัวท็อปของวงการ



เมื่อประสบความสำเร็จ ทุกเรื่องราวจะกลายเป็น “บทเล่าขาน” ให้นำมาบอกต่อ

ยินดีที่ได้รู้จักครับ ผมชื่อสุนาตะ มาซาชิ ปัจจุบันเป็นวิทยากรให้ความรู้และจัดอบรมด้านการตลาดให้กับองค์กรต่างๆ ในนามบริษัท Fantree Marketing

หากนับถึงปัจจุบันผมก็อยู่ในแวดวงงานขายมา 23 ปีแล้ว และเคยเป็นหนี้บัตรเครดิตกว่า 10 ล้านบาท (ประมาณ 2.5 ล้านบาท) โดยใช้ชีวิตอยู่กับการกู้ยืมนั้นมาโปะบัตรนี้เกือบ 10 ปี ซึ่งทุกครั้งที่หยิบเรื่องราวการเป็นหนี้ของตัวเองมาเล่าตอนไปบรรยายตามที่ต่างๆ ก็ทำให้ผู้ฟังหลายคนมีกำลังใจและคิดว่า “ถ้าผมทำได้ พวกเขาก็ต้องทำได้เหมือนกัน!”

ในฐานะพนักงานขายประกันชีวิต ผมได้ผ่านคุณสมบัติและเข้าเป็นสมาชิกของ MDRT (Million Dollar Round Table)¹ 11 ปีซ้อน ซึ่งมีเพียง 6 เปอร์เซ็นต์ของผู้ทำผลงานสูงสุดในแวดวงประกันชีวิตเท่านั้น และยังคงผลงานระดับ COT (Court of the Table)² ไว้ได้ตลอด 3 ปีที่ผ่านมา

แม้จะไม่ใช่คนที่ทำยอดขายได้สูงสุดตลอดกาล แต่ก็กล้าพูดได้เต็มปากว่าถ้าเป็นเรื่องงานขายละก็ผมไม่ด้อยกว่าใคร ด้วยความที่เคยล้มเหลวมานับครั้งไม่ถ้วนจึงเป็นจุดเริ่มต้นของ “Fantree Marketing” กฎความสำเร็จซึ่งนำกลับมาใช้ใหม่ได้บ่อยครั้งที่จะพูดถึงในหนังสือเล่มนี้ และเป็นแรงบันดาลใจให้ก่อตั้งธุรกิจการศึกษาที่ช่วยให้พนักงานขายสร้างยอดขายเพิ่มขึ้นทันตาเห็นไม่ว่าจะอยู่ในสภาพแวดล้อมแบบไหนก็ตาม

ทุกวันนี้ผมแบ่งเวลาออกเป็น 3 ส่วน โดย 20 เปอร์เซ็นต์แรกแบ่งให้กับงานขาย อีก 50 เปอร์เซ็นต์แบ่งให้กับการฝึกอบรมเทคนิคต่าง ๆ แก่พนักงานขายกว่า 100 คน และอีก 30 เปอร์เซ็นต์ที่เหลืออุทิศให้กับการสร้างคอนเนกชันสำหรับเครือข่ายในอนาคต แน่นอนว่าผมไม่ลืมจัดสรรเวลาให้กับครอบครัวอย่างเต็มที่ เรียกว่าใช้เวลาอย่างคุ้มค่าในแบบที่ไม่มีทางทำได้เลยในสมัยที่ยังเป็นหนี้หัวโต

¹ เครื่องหมายการันตีคุณภาพตัวแทนประกันชีวิต ก่อตั้งขึ้นเมื่อปี 1927 ในสหรัฐอเมริกา จากการรวมตัวของนักขายประกันชีวิต 32 คน ซึ่งในป็นั้นแต่ละคนมียอดขายมากกว่า 1 ล้านดอลลาร์สหรัฐ แปลเป็นไทยว่า “สโมสรล้านเหรียญดอลลาร์” เปิดรับเฉพาะบุคคลผู้มีความรู้เป็นเลิศและมีความสามารถยิ่งยวดด้านธุรกิจประกันชีวิตและบริการทางการเงินในระดับสากล ซึ่งมีสมาชิกอยู่กว่า 70 ประเทศทั่วโลก

² คุณสมบัติของสมาชิกผู้ทำยอดขายประกันชีวิตได้สูงกว่า 3 เท่าของมาตรฐานการเข้าเป็นสมาชิก MDRT

หากถามว่าบุญแ่สำคัญที่ทำให้คนซึ่งเคยติดหนี้บัตรเครดิตมีชีวิต พลิกผันกลายเป็นนักขายอันดับหนึ่งคืออะไร คำตอบคงหนีไม่พ้น “เมนเทอร์ชีวิต” ครับ

เมนเทอร์ชีวิตของผมนั้นก็คือ ประธานฟุคุชิมะ จากบริษัท เบสเท็กซ์ คุมะโมะโตะ จำกัด ผู้ซึ่งเป็นแรงผลักดันให้ผมเอาชนะช่วงตกต่ำครั้งแรก ในชีวิตและเป็นที่พึ่งทางใจของผมตลอดมา นอกจากนี้ ความปรารถนาดี จาก “ลูกค้า” ซึ่งคอยสนับสนุนผมมาตลอดยังเป็นกำลังใจที่ทำให้ชีวิต พนักงานขายต้อกต่ออย่างผมเปลี่ยนจากหลังมือเป็นหน้ามือ

ตอนที่ผมรักษาคุณสมบัติ MDRT ไว้ได้ จึงเกิดความคิดว่าอยากทำอะไรเพื่อลูกค้าให้มากกว่านี้ หลังจากนั้น ผมได้ฟังบรรยายของคุณ โยชิทาเกะ ฮิซะโยชิ จากบริษัท LPN จำกัด แล้วรู้สึกประทับใจมาก แทบไม่น่าเชื่อว่าการพบปะพูดคุยกับเขาแค่ครั้งเดียว จะช่วยให้ผม ทำยอดขายสูงสุดได้เป็นประวัติการณ์ โดยได้รับค่าคอมมิชชั่นมากกว่า 20 ล้านเยน (ประมาณ 5 ล้านบาท) ในอีก 3 เดือนต่อมา และผ่าน คุณสมบัติระดับ COT เป็นครั้งแรก

ผลลัพธ์จากการศึกษา “วิธีคิด” จากคนที่ประสบความสำเร็จ รวมถึง การเปลี่ยน “สิ่งที่ชอบและถนัด” ให้กลายเป็นอาชีพ ได้สะกิดให้ผมรู้ว่า สิ่งที่ยากทำจริง ๆ ในชีวิตที่เหลืออยู่นี้ก็คือ “ธุรกิจการศึกษา”

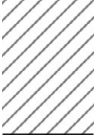
ผมจึงตั้งหน้าตั้งตาหา “ความรู้” เพิ่มเติม โดยเข้ารับการอบรม กับคุณโคบายาชิ มาซายะ จากบริษัท THE ONE จำกัด ซึ่งพบกัน โดยบังเอิญราวกับถูกดึงดูดเข้าหากัน รวมถึงเลียนแบบเขาจนประสบความสำเร็จในการก่อตั้งธุรกิจการศึกษาโดยใช้เวลาแค่เพียง 3 เดือน นอกจากนี้ ผมยังทำอีกหนึ่งความฝันให้เป็นจริงขึ้นมา นั่นคือการถ่ายทอด ตัวอย่างความสำเร็จของสมาชิกกว่า 100 คน ที่นำองค์ความรู้ที่ได้รับ ไปใช้จริง

ผมเชื่ออย่างไม่มีข้อสงสัยเลยว่าทักษะที่ช่วยให้สิ่งที่ฝันไว้กลายเป็นจริงได้ ก็คือ **การเลียนแบบให้ถึงที่สุด** โดยในหนังสือเล่มนี้ ผมจะย้ำคำว่า “**ลลท.**” (**ลอกเลียนให้ถึงที่สุด**) อยู่บ่อยครั้งสักหน่อย เพราะเป็นหัวใจสำคัญ

สิ่งที่ผมอยากให้ทุกคนลองทำก็คือ จินตนาการภาพตัวอย่าง สำหรับใช้ในการ “**ลลท.**” พร้อมกับพลิกอ่านหนังสือเล่มนี้ไปทีละหน้า

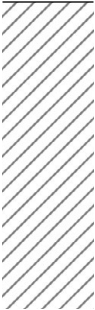
สรุป

- การเลือก “เมนเทอร์ชีวิต” ที่ช่วยเปลี่ยนความฝันที่ตั้งใจไว้ให้กลายเป็นจริงเป็นเรื่องสำคัญ
- การพบปะพูดคุยกับเมนเทอร์เป็นประจำ จะช่วยดึงดูดเมนเทอร์จำเป็นคนถัดไปเข้ามาในชีวิต



02

เพราะเจอความล้มเหลว ทุกรูปแบบมากกว่า 12 ปี จึงรู้วิธีหลุดจากวงจรการทำยอดไม่ได้



พุ่งเป้าไปที่ความสำเร็จเล็กๆ น้อยๆ

ถ้าจะให้อธิบายว่า “ความล้มเหลวทุกรูปแบบ” มีอะไรบ้าง ก็คงต้องเล่ากันยาวสักหน่อย ส่วนคำถามว่าผมผ่านมาได้ยังไง จะขอเล่ารายละเอียดให้ฟังในบทต่อไป แต่ตอนนี้เรามาดูไปพร้อมกันก่อนว่าผมเคยล้มเหลวแบบไหนและเรียนรู้อะไรจากบทเรียนเหล่านั้น

ผมเริ่มต้นชีวิตทำงานในบริษัทบัตรเครดิตแห่งหนึ่ง และเพราะหลงเชื่อคำพูดของลูกค้าตอนทำงานพิเศษในร้านอาหารที่บอกว่า “คือซูเป็นเมืองที่เหมาะสมกับคนหนุ่มสาวสุดๆ เลยนะ” ผมจึงระบุนความประสงค์กับบริษัทว่าต้องการทำงานสาขา “ภูมิภาคคือซู” แต่สาขาที่บริษัทส่งผม

ไปกลับกลายเป็น “จังหวัดคุมะโมะโตะ” ซึ่งทำเอาผมผิดหวังไม่น้อย เพราะในความคิดของผม “ภูมิภาคคิวชู = จังหวัดฟุกุโอกะ³” โดยหารู้ไม่ว่าการถูกส่งไปประจำสาขา “จังหวัดคุมะโมะโตะ” จะเป็นจุดเปลี่ยนในชะตาชีวิตของผม

หลังเข้าทำงานได้ไม่นาน ผมก็ได้รับรางวัล “พนักงานใหม่ดีเด่น” จากความสำเร็จในแคมเปญ “จ่ายค่าเช่าบ้านผ่านบัตรเครดิต” ที่ต้องการขยายตลาดผู้ใช้บัตรเครดิตรายใหม่ ซึ่งเป็นเรื่องแปลกใหม่สำหรับยุคนั้น

มาคิดๆ ดูแล้ว นิสัยชอบคิดชอบวางแผนน่าจะเป็นเหตุผลสำคัญที่นำไปสู่ประสบการณ์ความสำเร็จในตอนนั้น

เคล็ดลับ ① รวบรวมประสบการณ์และความสำเร็จในอดีต

ในฤดูร้อนปีที่ 2 ของการทำงาน ขณะกำลังเบื่อหน่ายกับงานเอกสารในออฟฟิศสุดๆ ผมก็ได้รับโทรศัพท์สายหนึ่ง

“ไม่ทราบว่าคุณสนใจมาทำงานกับบริษัทเราไหมครับ ที่นี่ยังชยันยั้งได้เงินนะครับ!”

ผมตอบรับอย่างไม่ลังเล และได้เข้าสู่โลกของระบบค่าคอมมิชชั่นเต็มอัตรา (Full Commission) ของวงการประกันชีวิตในจังหวัดคุมะโมะโตะ ซึ่งแทบไม่มีเพื่อนหรือคนรู้จักอาศัยอยู่เลยด้วยวัย 23 ปี แถมยังโสดสนิทอีกต่างหาก

ส่วนเหตุการณ์หลังจากนั้น ไม่ต้องบอกทุกคนก็คงพอจะเดาออก ผมชนเข้ากับอุปสรรคอย่างจัง พอตระเวนชักชวนเพื่อนฝูงไปจนถึงรุ่นพี่ที่ทำงานเก่าให้ช่วยซื้อกรมธรรม์ประกันภัยจนหมด ไม่กี่เดือนต่อมาจำนวนลูกค้ารายใหม่ในมือผมก็เหลือศูนย์ ยอดขายตกฮวบจนมีรายได้แค่ 2,000 เยน (ประมาณ 500 บาท) ซึ่งเป็นค่าธรรมเนียมนายหน้ารายเดือน

³ จังหวัดซึ่งเปรียบเสมือนเมืองหน้าด่านและศูนย์กลางความเจริญของภูมิภาคคิวชู

ตอนที่กำลังถอดใจว่าคง “ไม่ไหวแล้วละมัง” ก็มีเจ้าหน้าที่จาก บริษัทฝึกอบรมการขายเข้ามาแนะนำโครงการในช่วงไฮมูมตอนเช้าก่อน เริ่มงาน ผมจึงตัดสินใจลงทุน 300,000 เยน (ประมาณ 77,000 บาท) โดยใช้เงินจากบัตรเครดิตเงินสดประชาชนตะเกียกตะกายคิดหาทางรอด และเดินทางไปอบรมที่โตเกียวเป็นเวลา 4 วัน 3 คืน

แนวคิดซึ่งผมได้เรียนรู้จากการอบรมครั้งนั้นและยังปฏิบัติ เรื่อยมาจนถึงตอนนี้ก็คือ “พาวเวอร์พาร์ทเนอร์” หรือการทุ่มเทอย่าง เต็มกำลังเพื่ออีกฝ่าย โดยมองว่าความสำเร็จของคนคนนั้นเปรียบ ได้กับความสำเร็จของตัวเราเอง

ในกรณีของผม “พาวเวอร์พาร์ทเนอร์” ก็คือประธานบริษัททสึงหา- ริมทรัพย์ซึ่งแก่กว่าผมถึง 18 ปี โดยเราทั้งคู่รู้จักกันจากการที่ผมเข้าไป แนะนำผลิตภัณฑ์และบริการทางการเงินโดยไม่ได้นัดหมายล่วงหน้า สมัยยังทำงานอยู่บริษัทบัตรเครดิต แม้สิ่งที่คนหนุ่มน้อยประสบการณ์ วัย 23 ปีทำได้จะมีไม่มาก แต่ผมก็พยายามสุดความสามารถ ขวนขวาย หาข้อมูลเกี่ยวกับอาหารที่ประธานชอบและส่งของเหล่านั้นไปเป็นของขวัญ วันเกิดเพื่อจะได้สนิทสนมกับเขา

ไม่กี่เดือนต่อมา ประธานคนดังกล่าวก็ได้แนะนำเพื่อนสนิท สมัยเรียนให้รู้จัก ผมจึงรีบไปพบเพื่อเสนอขายประกันทันที ที่น่าตกใจคือ เพื่อนของประธานยอมเปลี่ยนใจจากบริษัทอื่นซึ่งเคยให้อยู่มาเป็นลูกค้า ของผมโดยไม่ชักช้าอะไรมากมาย มีหน้าซ้ำยังแนะนำเพื่อนรอบตัวให้ อีกต่างหาก

หลังจากเซ็นชื่อในกรมธรรม์เรียบร้อยแล้ว ผมจึงลองหยั่งเชิงถามว่า “เพราะอะไรถึงตกลงซื้อกรมธรรม์กับผม แถมยังแนะนำคนอื่น ๆ ให้อีก”

คำตอบที่ได้รับกลับมาก็คือ

“เพราะผมรู้ว่าพนักงานขายที่หมอนั้นแนะนำจะต้องไว้วางใจได้”

แน่นอน ที่สำคัญ คุณก็อธิบายข้อสงสัยได้จะฉานฟังเข้าใจง่ายขึ้นด้วย”

คำตอบนั้นทำให้ผมตระหนักถึงความสำคัญของการแนะนำ” และ “การคิดถึงอีกฝ่ายแล้วทำในสิ่งที่ตัวเองสามารถทำได้อย่างเสมอต้นเสมอปลายโดยไม่คำนึงถึงผลได้ผลเสีย”

นอกจากเรื่องธุรกิจแล้ว ผมกับประธานยังนัดกินข้าวเพื่อถามไถ่สารทุกข์สุกดิบหรือปรึกษาเรื่องส่วนตัวกันอยู่ทุกเดือน ต้องยอมรับว่าหากไม่ได้พบกับประธานคนนี้ ผมคงลาออกจากงานขายประกันไปนานโขแล้ว ดังนั้นจะพูดว่าเขาเป็นผู้มีพระคุณสูงสุดในชีวิตผมก็ไม่ใช่เรื่องเกินจริงแต่อย่างใด

เคล็ดลับ ② ลองทุ่มเทแบบสุดตัวให้กับบุคคลซึ่งเคยช่วยเหลือกันมาดูสิ

ที่นี้ก็ได้เวลาก้าวขึ้นบันไดความสำเร็จแบบพุ่งฉิว...ใจจริงผมเองก็อยากพูดเช่นนั้นอยู่หรอก แต่ชีวิตไม่ได้โรยด้วยกลีบกุหลาบนี่สิ

แม้ช่วงนั้นผลงานของผมจะกระเตื้องขึ้นจนได้ค่าคอมมิชชั่นรายเดือนสูงกว่า 100,000 เยน (ประมาณ 25,000 บาท) จากการแนะนำต่อๆ กันแบบปากต่อปาก ทว่าก็ยังห่างชั้นจากการเป็นพนักงานขายระดับท็อปในกลุ่ม MDRT อยู่อีกมาก

ผมแต่งงานตอนอายุ 25 ปีกับภรรยาซึ่งเป็นอดีตเพื่อนร่วมงานในบริษัทเก่า แต่เพราะยังมีหนี้จากบัตรเครดิตจึงทำให้ชีวิตหลังแต่งงานไม่สบายเท่าไรนัก

มีหน้าซ้ำผมยังเป็นคนเชื้ออะไรค่อนข้างง่าย ประมาณ 13 ปีก่อนตอนที่ภรรยาตั้งท้องลูกชายคนแรก ผมดันไปเข้ากลุ่มทางศาสนาซึ่งคนรู้จักมาชักชวนจนยอมทุ่มทั้งเงินและเวลาอยู่นานหลายปี รู้ตัวอีกทีก็กลายเป็นหนี้เกือบ 10 ล้านบาท! (ประมาณ 2.5 ล้านบาท)

พอถอนตัวออกจากกลุ่มทางศาสนาได้สำเร็จ ก็มาหลงใหลธุรกิจเครือข่าย⁴ ตามคำชักชวนของเพื่อนเก่าเช่นเดิม (ผมไม่ได้หมายความว่ากลุ่มทางศาสนาหรือธุรกิจเครือข่ายไม่ดีนะครับ ทั้งหมดผิดที่วิธีเอาตัวเข้าไปข้องเกี่ยวของผมเอง)

มีหน้าที่ช่วงเวลายังลงตัวเหมาะเจาะ เพราะเพิ่งย้ายงานมาอยู่บริษัทตัวแทนประกันภัยขนาดใหญ่ไม่กี่ปีหลังจากนั้น ผมได้สร้างเครือข่ายของตัวเองจนก้าวขึ้นเป็นผู้กล่าวปาฐกถา⁵ ของธุรกิจเครือข่ายแต่เนืองด้วยรายได้ไม่มากนัก บวกกับงานประกันชีวิตซึ่งเป็นงานหลักก็ทำได้แค่ครึ่ง ๆ กลาง ๆ หนี้สินจึงไม่ลดลง ทำให้มีเรื่องระหองระแหงกับภรรยาไม่เว้นวัน

จากนั้นปี 2011 โชคชะตาของผมก็พลิกผันอีกครั้งเมื่อเกิดเหตุการณ์แผ่นดินไหวครั้งใหญ่และสึนามิทางฝั่งตะวันออกของญี่ปุ่น ทำให้ผมถามตัวเองว่า

“พอจะมีอะไรที่เราทำเพื่อผู้ประสบภัยจากเหตุภัยพิบัติผ่านงานขายประกันได้บ้างไหม”

ผมครุ่นคิดประเด็นนี้อย่างจริงจังจนได้ข้อสรุปออกมาว่า

“จะแบ่งรายได้จากค่าคอมมิชชั่นออกมาส่วนหนึ่งและบริจาคให้กับสภาภชาชาติญี่ปุ่นเป็นเงินจำนวน 1 ล้านบาท!”

⁴ Network Marketing หรือ Multi-Level Marketing (MLM) คือธุรกิจขายตรงแบบหลายชั้น เป็นการตลาดแบบหนึ่งที่มีระบบกระจายสินค้าจากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภคโดยตรง ซึ่งการตลาดประเภทนี้ผู้มีส่วนร่วมจะต้องขายสินค้า แนะนำสินค้าให้ผู้บริโภค รวมถึงชักชวนผู้บริโภคมาเป็นผู้จำหน่ายสินค้าหรือหาตัวแทนจำหน่าย แล้วจะได้ผลตอบแทนจากกิจกรรมเหล่านั้น

⁵ Speaker ในทางธุรกิจเครือข่ายหรือ MLM บุคคลผู้ได้รับมอบหมายให้กล่าวแนะนำนโยบายและแผนการทำงานของบริษัทแก่ผู้สนใจ หรือสมาชิกใหม่ผู้เข้าร่วมเครือข่าย

ทั้งนี้ ผมไม่ลืมแจ้งโครงการดังกล่าวแก่ลูกค้าอย่างสม่ำเสมอผ่าน “จดหมายหนึ่งชีวิตหนึ่งพบ”

แต่เมื่อลองคิดให้ถี่ถ้วนอีกครั้งก็พบว่า ยอดขายของผมในช่วงนั้น คำนวณออกมาเป็นค่าธรรมเนียมหน้ารายปีได้ประมาณ 4-5 ล้านบาท และที่ผ่านมาก็ไม่ได้มีเงินเหลือกินเหลือใช้ แค่จะบริจาคปีละหมื่นเยน ยังยากเลยด้วยซ้ำ ดังนั้นหากคิดจะบริจาคเงิน 1 ล้านบาท (ประมาณ 250,000 บาท) ตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ ผมต้องทำยอดขายให้ได้มากกว่าที่เคยทำถึง 3 เท่า!

ความตั้งใจนี้ได้ทำให้ผมพิจารณารูปแบบการทำงานของตัวผม รวมถึงชีวิตการขายประกันที่ผ่านมา จนตระหนักชัดว่าบุคคลผู้คอยสนับสนุนคำจูนงานที่ผมทำอยู่ก็คือ “ลูกค้าปัจจุบัน”

ถ้าอยากมอบบริการซึ่งต่างจากเดิมและเป็นประโยชน์แก่ลูกค้า เราควรทำเช่นไร...

ขณะขบคิดเรื่องนี้ สายตาของผมก็สะดุดเข้ากับหนังสือเล่มหนึ่ง ซึ่งวางกองไว้ในห้องทำงาน นั่นคือ *Hug Your Customers* เขียนโดย แจ็ค มิตเชลล์ (Jack Mitchell) คำตอบที่ผมเสาะแสวงหา ได้อธิบายไว้อย่างละเอียดในหนังสือเล่มนั้น

“ตราบิตที่ไม่มี ‘ฐานข้อมูลลูกค้า’ ก็อย่าหวังจะทำให้ลูกค้าพึงพอใจได้สำเร็จ”

และที่น่าประหลาดใจยิ่งกว่าก็คือ ในคอมพิวเตอร์ที่โต๊ะทำงานของผมมี “ระบบจัดการบัญชีรายชื่อลูกค้า” ซึ่งเคยจำใจซื้อเพราะเกรงใจคนรู้จัก แต่ไม่เคยนำมาใช้งานเลยสักครั้ง

หลังจากนั้น 8 เดือน นับจากวันที่ตระหนักชัดในหลายเรื่อง ผมได้บริจาคเงิน 1 ล้านบาทสำเร็จตามเป้า และยอดขายที่เกิดขึ้นแทบทั้งหมดมาจากลูกค้าเพียง 1 คนเท่านั้น!

เคล็ดลับ ③ กล้าที่จะวางแผนให้ใหญ่ โดยไม่ยึดติดอยู่กับคำว่า ทำได้หรือไม่ได้

แผนการบริจาคเงินนี้คงสำเร็จได้ยากหากขาดความเข้าใจและความช่วยเหลือด้านบัญชีในครัวเรือนจากภรรยา ผมทั้งรู้สึกขอบคุณและชาตินี้คงไม่กล้าหนีกับเธอชั่วชีวิต

ในที่สุดผมก็ได้เข้าร่วมเป็นสมาชิก MDRT ครั้งแรกในปี 2011 ซึ่งนับเป็นปีที่ 12 ของการคลุกคลีอยู่ในวงการประกัน

MDRT เป็นเสมือนโลกอีกใบในความคิดของผม เป็นโลกที่ผมเคยตั้งใจไว้ว่าอยากเข้าไปสัมผัสให้ได้สักครั้งเพื่อเป็นประสบการณ์และความทรงจำในช่วงหนึ่งของชีวิต ก่อนจะรู้ทีหลังว่าการประชุมใหญ่ของสโมสรดังกล่าวแบ่งออกเป็นการประชุมระดับประเทศกับการประชุมระดับนานาชาติ ซึ่งตอนนั้นสภาพคล่องทางการเงินของผมยังไม่อำนวยเท่าไร จึงเลือกเข้าร่วมได้เพียงอย่างใดอย่างหนึ่งเท่านั้น

ผมเลือกเข้าร่วมการประชุมระดับนานาชาติและออกเดินทางไปเมืองแอนะไฮม์ รัฐแคลิฟอร์เนีย สหรัฐอเมริกา เพียงลำพัง เพราะรู้ว่าโทนี่ กอร์ดอน (Tony Gordon) “เทพเจ้าแห่งวงการประกัน” คนที่ผมดูดีวิถีของเขาจนแผนแบบสีกจะเข้าร่วมการประชุมนี้ด้วย และผมอยากพูดความรู้สึกที่มีต่อเขาให้เจ้าตัวฟังโดยตรง ซึ่งยังจำได้แม่นจนถึงทุกวันนี้ว่าตอนนั้นทั้งตื่นเต้นทั้งประหม่า แถมยังไม่รู้จักใครเลยสักคน

เมื่อการประชุมนี้เสร็จสำหรับผู้เข้าร่วมงานครั้งแรกสิ้นสุดลง โทนี่ กอร์ดอน ก็มาปรากฏตัวที่หัวแถวท่ามกลางเสียงชื่นชมของผู้คน ผมยืนรออยู่ในแถวพร้อมด้วยจดหมายเขียนบรรยายความรู้สึกขอบคุณ ใจเต้นตึกตักตลอดเวลาจนถึงลำดับของตัวเอง หลังขอถ่ายรูปที่ระลึกเสร็จเรียบร้อยแล้ว ผมยื่นจดหมายให้เขาและพูดว่า “กรุณาเปิดอ่านทีหลัง!” แต่เนื่องจากภาษาอังกฤษของผมไม่ค่อยดีจึงสื่อสารกันไม่เข้าใจ และยิ่งถูกชาวต่างชาติ

ที่เข้าแถวรออยู่ด้านหลังบอกให้ขยับหลักทางสั๊กที่ ผมก็ตั้งท่าจะชัก
จดหมายกลับแล้วเดินหนี

ทว่าตอนนั้นเอง คุณโทนี่ก็พูดขึ้นว่า “เดี๋ยว!” เพื่อปรามให้คนที่
ที่อยู่รอบๆ เงียบเสียง ก่อนรับจดหมายจากผมและเปิดอ่านตรงนั้นเลย
พออ่านจบเขาก็ดึงตัวผมเข้าไปกอดพร้อมกับพูดว่า “ยินดีด้วย!”

นั่นเป็นครั้งแรกนับตั้งแต่เกิดมาที่ผมร้องไห้โฮต่อหน้าคนอื่น ความ
ประทับใจจากเหตุการณ์ดังกล่าวยังคงฝังแน่นอยู่ในความทรงจำ ทุกครั้ง
ที่คิดถึงอ้อมกอดสุดแสนอบอุ่นนั้นเป็นต้องน้ำตาซึมทุกที

แต่ความประทับใจยังไม่จบเพียงเท่านั้น ผมถือวิสาสะเขียนคำถาม
ลงไปในจดหมายด้วย และเมื่อเปิดอ่านอีเมลหลังจากกลับมาถึงญี่ปุ่น
ปรากฏว่าคุณโทนี่ก็ตอบกลับมา ซึ่งผมไม่พลาดที่จะสำเนาออกมาขยาย
ใส่กรอบตั้งไว้ในห้องทำงานและมองดูมันทุกวันจนถึงปัจจุบัน

นอกจากคุณโทนี่แล้ว ผมยังมีโอกาสได้พบกับบุคคลผู้เปรียบเสมือน
เมนเทอร์คนสำคัญในชีวิตอีกหลายคน จนอาจพูดได้ว่าการประชุมนานาชาติ
ครั้งนั้นถือเป็นจุดพลิกผันในชีวิตการขยายของผม เป็นประสบการณ์ความ
ประทับใจที่ผมเรียกว่า “เวทมนตร์แห่ง MDRT”

สองสามเดือนถัดมา อดีตประธาน MDRT ประเทศญี่ปุ่น ได้
ให้เกียรติมาบรรยายในงานมอบประกาศนียบัตรภายในบริษัทซึ่งผมทำงานอยู่
ตอนเขาถามว่า “ใครมีคำถามอะไรไหมครับ” ผมไม่รอช้าที่จะยกมือถามว่า
“ทำอย่างไรถึงจะได้เป็นประธาน MDRT ประจำประเทศญี่ปุ่นครับ” ขณะที่
ทุกคนหัวเราะกับคำถามของผม แต่อดีตประธานกลับตอบอย่างใจดีและ
สุภาพว่า “เริ่มจากการช่วยงานดูแลเว็บบล็อก แล้วพยายามต่อไปเรื่อยๆ
สัก 10 ปี ผมเชื่อว่าคุณต้องได้เป็นอย่างที่หวังแน่นอน!” ด้วยความที่
เป็นคนเชื่ออะไรง่าย ผมจึงปักใจมั่นอยู่กับคำพูดประโยคนั้น และทุกครั้ง
ที่มีโอกาสแนะนำตัวเองผมมักไม่ลืมเสริมท้ายว่า “เป้าหมายของผมคือ
การเป็นประธานสโมสร MDRT ประเทศญี่ปุ่นในอีก 10 ปีข้างหน้าครับ!”