



QR CODE BOOK

หลักสูตรออนไลน์ในหนังสือ



ทำงานประจำ

ที่ทำเงินล้าน

จากอาชีพนายหน้าได้

31 บทเรียน
ทำได้ทันที

ทำ
เงินล้าน

จาก อาชีพ
นายหน้า

เปลี่ยนมือใหม่ เป็นมืออาชีพ

พิเศษ

คลิปบทเรียนจากนายหน้าเงินล้าน

ตัวจริง 5 ท่าน

กองบรรณาธิการ 7D Book

วิธีการรับชมคลิปวิดีโอ หลักสูตรออนไลน์ภายในเล่ม

- 1 เปิดไฟล์ E-Book ของท่านขึ้นมา
- 2 นำโทรศัพท์มาสแกนไปที่ QR Code
(เนื่องจากไม่สามารถบันทึกภาพหน้าจอได้ อาจจำเป็นต้องใช้โทรศัพท์อีกเครื่องเพื่อสแกน)
- 3 รับชมคลิปวิดีโอได้เลย ทบทวนซ้ำได้
ไม่จำกัด



ทำเงินล้านจากอาชีพนายหน้า เปลี่ยนมือใหม่ เป็นมืออาชีพ โดยกองบรรณาธิการ 7D Book

ราคา 3,950 บาท

สงวนลิขสิทธิ์ หนังสือเล่มนี้ตามพระราชบัญญัติ (ฉบับเพิ่มเติม) พ.ศ. 2558
ห้ามคัดลอกเนื้อหา ภาพประกอบ รวมทั้งดัดแปลงเป็นแผ่นบันทึกเสียง ตลับวีดิทัศน์
หรือเผยแพร่ด้วยรูปแบบ และวิธีการอื่นใดก่อนได้รับอนุญาต

ข้อมูลทางบรรณานุกรมของหอสมุดแห่งชาติ

National Library of Thailand Cataloging in Publication Data

ทำเงินล้านจากอาชีพนายหน้า เปลี่ยนมือใหม่ เป็นมืออาชีพ-- กรุงเทพฯ : เซเวนตี บুক, 2566. 208 หน้า.

1.นายหน้า. I. ชื่อเรื่อง.

332.62

ISBN 978-616-8235-59-1

พิมพ์ครั้งที่ 1.-- กรกฎาคม 2566

ประธานบริหาร

ธวัชชัย พิษผล

บรรณาธิการอำนวยการ

ผศ.ดร.ตฤณกร เกตุกุลพันธ์

กรรมการผู้จัดการ/บรรณาธิการบริหาร

ปรียาภา พิษผล

ที่ปรึกษาด้านการตลาด

อิสระ โอภาปัญญาโชติ

ผู้จัดการฝ่ายสัมมนา และเว็บไซต์ Creator

จิตภา ฤทธิ์เทพ

กองบรรณาธิการ

ณัฐริกา หลิมไทยงาม ศุภธิดา รัสพันธ์

กฤตเมธ อันสมัคร กิตติภักฎิ ฐิติเกษมสรรพศรี

ภูริณัฐ โลหะประภิตกุล

สุประวีณ์ ขววจจักร

วนิสา ขำวิสัย

เลขานุการกองบรรณาธิการ

ณัฐนันท์ ไกรรินทร์ กานติมา เมืองคำ

ออกแบบปก/จัดหน้า/วิดิทัศน์

เจนจิรา วงศ์ชื่น อุบลวรรณ สายเสมา

ฝ่ายการตลาด

เจนจิรา วงศ์ชื่น อุบลวรรณ สายเสมา

เครดิตภาพประกอบ

Design by Freepik

ภูมิใจสร้างสรรค์ และ จัดจำหน่ายโดย

บริษัท เซเวนตี บুক จำกัด

194/10 ถนนลาดพร้าว แขวงจอมพล เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900

พิมพ์ที่

บริษัท กู๊ดเฮด ฟรินท์ติ้ง แอนด์ แพคเกจจิ้ง กรุป จำกัด

6/1 ซอยเสรีไทย 58 แขวงมีนบุรี เขตมีนบุรี กรุงเทพมหานคร 10510

Tel. 02-136-7042 Fax. 02-136-7043

เลขประจำตัวผู้เสียภาษีอากร 0-1055-56139-31-7 สำนักงานใหญ่

“

คำนำ

สำนักพิมพ์

“การทำเงินล้านจากการเป็นนายหน้า” เป็นไปได้จริงหรือ

ถ้าไปถามคนที่ยังเป็นหนี้เป็นสิน ยังต้องใช้ชีวิตด้วยการหยิบยืม
จ่ายค่าบัตรเครดิตได้แค่ขั้นต่ำ หรือคนที่ต้องปรับโครงสร้างหนี้ ถูก
ฟ้องร้อง ฯลฯ

ก็จะได้คำตอบว่า “เป็นไปได้ไม่ได้หรอก”

แต่หากไปถามคนที่มั่งมีสภาพทางการเงิน และมีเวลามากพอที่จะทำ
อะไรก็ได้ เขาจะตอบว่า

“การทำเงินล้านจากอาชีพนายหน้าไม่ใช่เรื่องง่าย หากเราเรียนรู้
เพื่อพัฒนาตัวเอง จากนั้นก็วางแผนที่จะนำไปสู่เป้าหมาย
ทางการเงินและพยายามอย่างหนัก การจะได้พบและกลายเป็น
นายหน้าเงินล้านก็เป็นเรื่องที่เป็นไปได้”

หนังสือ ทำเงินล้านจากอาชีพนายหน้า เปลี่ยนมือใหม่ เป็นมืออาชีพ
เป็นเนื้อหาที่ท่านสามารถเรียนรู้วิธีการว่าทำอะไรให้สิ่งที่
ต้องการมีความเป็นไปได้

และท่านผู้อ่านยังสามารถสแกน QR Code ที่อยู่ในหนังสือ ฟัง
ประสบการณ์และคำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญถึง 5 ท่าน

สำนักพิมพ์ 7D Book & Digital หวังเป็นอย่างยิ่งว่า เนื้อหาสาระ
จากหนังสือเล่มนี้ จะทำให้ท่านเป็นมนุษย์เงินล้านได้ในเวลาที่ท่าน
กำหนด

ด้วยรัก
บรรณาธิการ



สารบัญ

กรณีศึกษา

กรณีศึกษาประสบการณ์จริงจากอาชีพนายหน้า ทำอะไรให้ได้เงินล้าน

- เทคนิคปิดการขายใน 1 เดือน 12
คุณสิริพันธ์ สุวานะพันธุ์ เจ้าของเพจ SIRI PROPERTY
วิดีโอบทความนี้มีความยาว 37:04 นาที
- นายหน้าอสังหาฯ BIG LOT 22
คุณธাত্রี นุชสวาท เจ้าของบริษัท TEE Group Asset
วิดีโอบทความนี้มีความยาว 28:10 นาที
- ล็อคเป้าขายสไตล์คนขายผัก 34
คุณทศพร คำสุวรรณ นายหน้าขายบ้าน/ที่ดิน
วิดีโอบทความนี้มีความยาว 19:32 นาที
- Step By Step ของการเป็นนายหน้า 38
โค้ชชานนท์ ผลชู วิทยากรสอนคอร์สนายหน้าอสังหาฯ
วิดีโอบทความนี้มีความยาว 15:30 นาที
- สร้างตัวตนสำหรับนายหน้าอสังหาฯ 44
क्रमู้ด ธวัชชัย พิษผล เจ้าของสำนักพิมพ์ 7D Book & Digital
วิดีโอบทความนี้มีความยาว 14:36 นาที

บทนำ

ไม่ต้องออกจากงานประจำก็ทำเงินล้านได้
ด้วยการเป็นนายหน้าอสังหาริมทรัพย์

Part I

งานประจำกับการทำอาชีพนายหน้า

- มนุษย์เงินเดือน พนักงานประจำ ทำงานเพิ่มอย่างไรให้มีรายได้เพิ่มขึ้น 56
- นายหน้าแบบไหนที่ใช่สำหรับตัวเอง 61
- จะเป็นนายหน้าอสังหาฯ ทั้งที ต้องมีความรู้เรื่องเอกสารสิทธิ์ไว้ติดตัว 68
- ราคาประเมินคืออะไร ทำไมถึงเป็นไม้ตายของคนทำอาชีพนายหน้า 79

Part II

เทคนิคการหาทรัพย์สินเพื่อจับเงินล้าน

- เทคนิคการหาแหล่งที่มาของทรัพย์สินที่จะขายสำหรับนายหน้ามือใหม่ 86
- อยากรับเงินล้าน ต้องจับบ้าน คอนโดฯ หรือที่ดิน 92
- ปักหมุดพื้นที่ตั้งทรัพย์สินเพื่อจับพื้นที่ขายของตัวเอง 96
- กลยุทธ์รู้ทันลูกค้าช่างถาม ทำไมนายหน้าต้องเห็นทรัพย์สินจริงก่อนการขาย 101
- นายหน้าจะเสนอขายอย่างไรเมื่อลูกค้าอยากได้มากกว่าบ้าน 105

Part III

สร้างเครือข่ายด้วยทีมนายหน้ามืออาชีพ

- Connection กับการสร้างเครือข่ายจากลูกค้าเดิม 112
- Co-Agent กับการทำนายหน้าแบบทีม 115

Part IV

การตลาดเรื่องใหญ่ สร้างคอนเทนต์อย่างไร ให้ลูกค้าซื้อ

- เปิดเทคนิคการตลาดที่เข้าถึงลูกค้าวงกว้างด้วย Facebook ส่วนตัว 122
- สร้างคอนเทนต์ต่อสังหาฯ อย่างไรให้ดึงความสนใจคนอ่าน 128
- ขายของแพงอย่างไรให้ลูกค้าเต็มใจซื้อ 133
- การลงพื้นที่พาลูกค้าเข้าชมทรัพย์ 139
- กลยุทธ์ปิดการขายแบบวินวิน เมื่อลูกค้าอยากซื้อถูก แต่เจ้าของอยากขายแพง 142

Part V

สินเชื่อคืออะไร จะทำอย่างไร เมื่อลูกค้าต้องกู้เงินธนาคาร

- กู้ซื้อบ้านไม่ใช่งานช่างอย่างที่คิด 148
- เครดิตบูโรชี้ชะตาลูกค้าสินเชื่อ 152
- ลูกค้ากู้คนเดียวไม่ไหว ทำอย่างไรดี 159
- นายหน้าอย่าลืมบอก! กู้วันนี้ หนี้-ดอกเบี้ยอยู่อีกยาว 164

Part VI

หนังสือสัญญาที่คนทำนายหน้าต้องรู้

- ก่อนจะเป็นนายหน้าต้องรู้จักสัญญาเปิด-สัญญาปิด 172
- สัญญาจะซื้อจะขายสำหรับคนขายอสังหาฯ 177
- สัญญาซื้อขายอสังหาฯ กับการเปลี่ยนมือเจ้าของทรัพย์ 185

Part VII

บทบาทของนายหน้า กับการโอนซื้อขายทรัพย์สิน

- เช็กก่อนลิม เอกสารอะไรบ้างที่ต้องเตรียมก่อนไปกรมที่ดิน 192
- ขั้นตอนการดำเนินการโอนกรรมสิทธิ์ 196
- การแบ่งจ่ายค่าตอบแทนเมื่อโอนทรัพย์สินแล้ว 202

 คลิปสัมภาษณ์
และบทความพิเศษจาก

คุณสิริพันธ์ ฐานะพันธ์ุ
เจ้าของเพจ SIRI Property

- เทคนิคปิดการขายใน 1 เดือน



สแกน **QR CODE**

เพื่อรับชมวิดีโอ

「 วิดีโอแบบนี้
มีความยาว - 37:05 นาที 」

การเป็นนายหน้าขายคอนโดที่เก่ง ต้องมีเทคนิคการขายคอนโด

“การขายที่ดีและน่าจดจำ ไม่ใช่การนำนวัตกรรมหรือแนวคิดที่แม้แต่ตัวเองยังอธิบายไม่ได้มาใส่หัวลูกค้า แต่เป็นการตีโจทย์ความต้องการของลูกค้าให้แตก การนำเสนอความเป็นจริง และไม่ใช้วิธีขายฝันที่ถึงแม้ในตอนแรกอาจจะดึงดูดความสนใจของลูกค้าได้ แต่อย่างไรเสียสุดท้ายทุกคนก็ต้องการความซื่อสัตย์ ซื่อตรง และถูกต้องอยู่ดี”

คุณสิริ เจ้าของเพจ SIRI Property และนายหน้าคอนโดมิเนียมนานาชาติหรืออยู่ไม่ห่างจากรถไฟฟ้า ที่ถูกเพจต่างยกให้เป็นนักขายมือฉมังด้วยการทำสถิติปิดการขายได้ภายในหนึ่งเดือน ได้ให้เกียรติสัมภาษณ์กับทาง 7D เพื่อนำเรื่องราว แง่คิด และหลักการที่ทำตามและปฏิบัติได้จริงมาถ่ายทอดให้แก่ผู้ที่กำลังรับชมคลิปหรืออ่านบทความชิ้นนี้อยู่แน่นอน

“หลักการของสิริไม่มีอะไรมาก เพราะเราเริ่มมาจากการค้นหาความรู้เอง และลองลงมือทำโดยที่ยังไม่รู้ด้วยซ้ำว่าผลลัพธ์จะออกหัวหรือก้อย”

ด้วยความฝันที่อยากเห็นตัวเองยืนอยู่หน้าโครงการและควบคุมดูแลการก่อสร้างทั้งหมด คุณสิริจึงได้สมัครและเลือกเรียนในคณะวิศวกรรมศาสตร์ โดยระหว่างและหลังจากเรียนจบ สิ่งที่ทำควบคู่ไปกับการทำงานประจำ คือศึกษาหาความรู้ทางด้านอสังหาริมทรัพย์ด้วยตัวเองไปด้วย โดยช่องทางหลัก ๆ ที่ใช้เพื่อเข้าไปค้นหาความรู้ก็คือ YouTube

“คลิปแรกที่เปิดดูผ่าน YouTube คือการเป็นนายหน้าห้องเช่า คอนโดฯ เพราะ ณ ตอนนั้นใครที่ยังใหม่และต้องการเข้าวงการอสังหาฯ แต่ยังไม่มืทรัพย์สินทั้งในด้านของตัวเงินและความรู้ในการบริหารโครงการ ก้าวแรกที่สามารถทำได้เลยโดยไม่ต้องรอก็คือการเป็นนายหน้าห้องเช่า”

อย่างไรก็ตาม หลังจากดูคลิปและลองนำไปใช้เองแล้ว คุณก็กลับพบว่า ความรู้ที่ได้ผ่านคลิป ท้ายสุดก็เป็นเพียงทฤษฎีมากมายที่ไม่สามารถนำมาใช้แบบตรงไปตรงมาได้ในโลกแห่งความเป็นจริง อีกทั้งชุดความรู้บางอย่างค่อนข้างล้าสมัยจนไม่สามารถนำมาใช้กับโลกยุคปัจจุบันซึ่งใช้ช่องทางออนไลน์เป็นสื่อเพื่อส่งสารออกไปได้

“สื่อคติตรงที่เคยเรียนวิศวกรรมมา ทำให้รายละเอียดในส่วนของ โครงสร้าง ระบบหรือรูปแบบจะสามารถอธิบายได้ลึกกว่านายหน้าคนอื่น ๆ ทำให้ลูกค้าเชื่อและไว้วางใจที่จะซื้อกับเรา นี่คือนวัตกรรมที่ใช้ในการปิดการขาย แต่ก็อย่าลืมว่าหากฐานองค์ประกอบอื่น ๆ เช่น การทำคอนเทนต์ ไม่ว่าจะเป็นรูปภาพ โพสต์ หรือคลิปวิดีโอ เนื้อหา หรือการดูกลุ่มเป้าหมายไม่แน่น ก็ไม่สามารถปิดการขายได้รวดเร็วภายในหนึ่งเดือนได้เลย”

คุณก็เชื่อว่าไม่ว่าใครต่างก็เป็นนักขายได้ อย่างไรก็ตาม ขายได้กับขายเป็นนั่นต่างกัน หากต้องการขายให้เป็น คุณก็จำเป็นที่จะต้องดึงจุดเด่นของตัวเองและสินค้าหรือบริการออกมาให้ได้

เทคนิคการขายคอนโด อสังหาได้ภายในหนึ่งเดือน หากให้ระบุก็คงประกอบด้วย

1. การนำเสนอภาพความเป็นจริง

หากลองสวมหมวกลูกค้าดูแล้วละก็ ร้อยทั้งร้อยคงไม่อยากเจอกับปรากฏการณ์ “ภาพไม่ตรงปก” อย่างแน่นอน โดยเฉพาะเมื่อทุกอย่างในชีวิตประจำวันเชื่อมต่อกันได้อย่างรวดเร็วและร่นระยะการเดินทางเหลือเพียงปลายนิ้วสัมผัส การจะเลือกดูคอนโดมิเนียม ดูแปลนห้อง สอบถามราคา และลงชื่อจองห้องก็ไม่ใช่เรื่องที่ต้องใช้เวลานานเหมือนอย่างที่เคยเป็น

อย่างไรก็ตาม ความสะดวกสบายในการเลือกสรรคอนโดฯ ตามเพจหรือเว็บไซต์ต่าง ๆ แลกมาด้วยประสบการณ์ที่ไม่สามารถจับต้องได้ ลูกค้าสามารถรับรู้ได้เพียงสิ่งที่ “ถูกเลือก” มาให้เห็นเท่านั้น พวกเขาไม่สามารถเดินดูหรือตรวจสอบเองได้ ยิ่งเมื่อเจอโปรโมชั่นที่ล่อตาล่อใจจนทำให้ตัดสินใจจองก่อนที่จะได้เห็นห้องจริง ๆ เมื่อถึงเวลาห้องที่เห็นผ่านหน้าเพจกับห้องที่เห็นด้วยตาเปล่ากลับไม่ตรงกัน ลูกค้าไม่พอใจแต่ก็ไม่สามารถเรียกคืนเงินจองได้ ถึงแม้ว่าหน้าจะไม่ได้รับความเสียหายในช่วงแรก แต่ในระยะยาวค่าพูดของลูกค้าที่ถ่ายทอดกันแบบปากต่อปาก หรือแม้แต่คอมเมนต์ในสื่อโซเชียลต่าง ๆ ก็อาจกลับมาทำร้ายนายหน้าที่หลังได้เช่นกัน

เพื่อเป็นการป้องกันความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นรวมถึงสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า การใช้ภาพถ่ายจริงโดยไม่ผ่านการปรับแต่ง หรือการทำคลิปลิวดีโอที่พาไปชมส่วนต่าง ๆ ของห้องแบบ 360 องศาจึงเป็นวิธีที่แนะนำ เนื่องจากลูกค้าสามารถเห็นสภาพห้องจริง แน่นนอนว่านอกจากตัวห้องแล้ว การถ่ายรูปโครงการแบบองค์รวมและแยกย่อย เช่น การถ่ายภาพหรืออวดวิดีโอบริเวณพื้นที่ส่วนกลาง ลานจอดรถ หรือสถานที่สำคัญอย่างห้างสรรพสินค้า รถไฟฟ้า โรงพยาบาล โรงเรียน ฯลฯ ก็เป็นอีกหนึ่งองค์ประกอบที่จะช่วยให้ลูกค้าตัดสินใจง่ายขึ้นเช่นกัน

2. การเข้าถึงความต้องการของลูกค้าแต่ละกลุ่มโดยใช้เทคนิคคัดแยกลูกค้าตามหมวดหมู่

การทำการตลาดแบบ “ใส่ใจ” หรือการหยิบ Personalized data มาใช้ในกระบวนการทางการตลาด นับเป็นการสร้างจุดขายให้แก่สินค้าหรือบริการได้อย่างดีทีเดียว โดยการตลาดแบบใส่ใจ กล่าวโดยสังเขปแล้วคือการขายสินค้าหรือบริการที่ตรงตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้การตัดสินใจซื้อเป็นไปอย่างรวดเร็วและเกิดความน่าเชื่อถือ การรับรู้ความต้องการของกลุ่มลูกค้าสามารถทำได้หลายวิธี เช่น การแบ่งกลุ่มลูกค้าตามลักษณะนิสัย พฤติกรรม หรือแม้แต่ลักษณะการใช้ชีวิตประจำวัน ซึ่งแน่นอนว่าหากต้องการข้อมูลที่แม่นยำ ก็จำเป็นที่จะต้องมีการวิจัยศึกษากลุ่มลูกค้าเป็นระยะเวลาพอสมควรดังเช่นบริษัทใหญ่ ๆ ที่มีทีมวิเคราะห์การตลาดที่ศึกษาด้านความต้องการของลูกค้าที่แท้จริงเป็นหลัก

อย่างไรก็ตาม วิธีที่ง่ายที่สุดในการรับรู้ความต้องการของกลุ่มเป้าหมายต่าง ๆ สามารถทำได้ผ่านการสังเกต ยิ่งในปัจจุบันเราไม่จำเป็นต้องไปยื่นสังเกตลูกค้าเองอีกต่อไป แต่สามารถทำได้โดยการสังเกตพฤติกรรมของลูกค้าที่เกิดขึ้นในสื่อโซเชียลต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นระดับภาษาที่ใช้ในการแสดงความคิดเห็น โพสต์ที่กดถูกใจ หรือเพจที่ติดตาม อีกทั้งยังสามารถดูประวัติคร่าว ๆ ของลูกค้าได้ผ่านเฟซบุ๊กหรือไอจีส่วนตัวตัวแปรเหล่านี้จะทำให้กำหนดกลุ่มเป้าหมายได้ชัดเจนยิ่งขึ้น

สำหรับการขายคอนโดฯ แน่นอนว่ามีปัจจัยหลายด้านที่ต้องคิดให้ครบก่อนลงประกาศขายผ่านสื่อ อีกทั้งลูกค้าที่เข้ามาก็ต้องเป็นกลุ่มคนที่มีคุณสมบัติตรงตามเงื่อนไขในระดับหนึ่ง ดังนั้นการกรองลูกค้าให้ได้ตรงตามเงื่อนไข เช่น ความสามารถในการผ่อน ภาระหนี้สิน ประวัติการติดบูโรเหล่านี้ต้องนำมาประกอบการตัดสินใจด้วยเช่นกัน

วิธีที่สามารถคัดแยกกลุ่มลูกค้า เริ่มแรกอาจเริ่มจากการตั้งคำถามว่ากลุ่มเป้าหมายที่เหมาะสมกับคอนโดฯ นี้ สามารถเป็นได้ทั้งบุคคลที่ทำงานประจำและฟรีแลนซ์หรือไม่ ฐานรายได้ต่อเดือนเป็นเท่าไร สถานภาพสมรสเป็นอย่างไร คนกรุงเทพฯ หรือต่างจังหวัด และรักสัตว์หรือไม่ เป็นต้น โดยการกรองลูกค้าที่ง่ายที่สุด ก็คือการทำโพสต์ในรูปแบบแค็ตตาล็อก (Catalog) หรือก็คือการแบ่งแยกคอนโดฯ ออกตามลักษณะต่าง ๆ เช่น ตำแหน่งที่ตั้ง เทรทราคา และรูปแบบของห้อง โดยผู้โพสต์อาจจะเพิ่มเติมว่าคอนโดฯ นี้เหมาะสำหรับลูกค้าที่มีคุณสมบัติแบบใดบ้าง การใช้วิธีดังกล่าวจะเป็นการลดภาระการคัดกรองคนที่ “ไม่ใช่” และเรียกคนที่ “ใช่” ให้เข้ามาได้ง่ายขึ้นนั่นเอง

3. เกลาจุดแข็งให้แหลมคม ลบจุดบอดออกจากกระดานสนามแข่ง
ทุกคนไม่ได้เกิดมาเพื่อเป็นนักขายหรือนักสื่อสารชั้นยอด อย่างไรก็ตามเสน่ห์ของการขายไม่ได้ขึ้นอยู่กับความกล้าแสดงออกที่พุ่งทะลุปรอท แต่เป็นการพูดหรือบอกสิ่งที่ลูกค้าต้องการได้อย่างตรงไปตรงมาต่างหาก

การเป็นนักการขายที่ดีในยุคที่มีโซเชียลเป็นเครื่องมือหลัก การพูดเก่งพูดคล่องอาจไม่ใช่ปัจจัยหลักที่สามารถโน้มน้าวใจลูกค้าได้อีกต่อไป แต่เป็นการทำอะไรให้โพสต์ที่ออกไปถึงกลุ่มลูกค้าที่ใช่ให้เข้ามาและปิดการขายได้ตั้งแต่ในเมสเซนเจอร์ ซึ่งหากเราให้ข้อมูลที่ลูกค้าต้องการครบถ้วนไว้ในโพสต์ตั้งแต่แรก ลูกค้าอาจหักมาเพื่อสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมอีกเล็กน้อยก่อนนัดวันมาคุยหึ่งจริง เมื่อถึงวันนั้น เราก็สามารถรับรู้ได้ว่าโอกาสที่ลูกค้าจะซื้อไม่เกิน 50% (เนื่องจากได้กรองผ่านโพสต์และผ่านการตอบข้อสงสัยเบื้องต้นผ่านทางเมสเซนเจอร์เรียบร้อยแล้ว) การพูดคุยเพื่อให้ลูกค้าเชื่อมั่นและไว้วางใจที่จะซื้อกับเราก็ไม่ใช่เรื่องยาก

แน่นอนว่าการนำจุดเด่นที่มีในตัวมาประกอบการขายจะทำให้เราเป็นนักขายที่โดดเด่นและไม่เหมือนใคร หากเรามีความรู้ในเรื่องระบบหรือโครงสร้าง หรือการตกแต่งภายใน ก็สามารถหยิบข้อมูลส่วนนี้มาอธิบายเพิ่มเติมได้เช่นกัน

4. รักษาสมดุลความพึงพอใจของลูกค้า (เจ้าของทรัพย์สินและผู้ซื้อ)

อย่าลืมว่าลูกค้าของนายหน้าไม่ได้มีเพียงแต่ผู้ซื้อ แต่รวมถึงตัวเจ้าของทรัพย์สินด้วยเช่นกัน หากความต้องการของลูกค้าทั้งสองฝ่ายตรงกันก็ถือว่าเป็นเรื่องดี อย่างไรก็ตาม ในกรณีที่ลูกค้าชื่นชอบห้องแต่อาจเสนอราคาให้ต่ำกว่าที่เจ้าของทรัพย์สินได้ตั้งเอาไว้ และเจ้าของทรัพย์สินไม่ยอม ก็อาจก่อให้เกิดปัญหาและความวุ่นวายใจทีหลังได้เช่นกัน

หากเกิดเหตุการณ์ลักษณะนี้ขึ้น นายหน้าจำเป็นต้องไกล่เกลี่ยความต้องการและโน้มน้าวฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งโดยยังต้องยึดความต้องการของทั้งสองฝ่ายเป็นหลัก โดยอาจรับข้อเสนอมือของฝ่ายผู้ซื้อ และนำจุดเด่นของผู้ซื้อนั้นมาโน้มน้าวเจ้าของทรัพย์สิน เช่น ถึงแม้จะได้ราคาที่น้อยกว่าแต่ก็สามารถรับประกันได้ว่าลูกค้าคนนั้นสามารถกู้และผ่อนได้ 100% เนื่องจากเราได้ทำการคัดแยกและกรองมาก่อนแล้ว หากสามารถให้ราคานี้ได้ ก็จะสามารถปิดการขายได้เลย เจ้าของทรัพย์สินไม่ต้องมีทรัพย์สินติดมือ อีกทั้งผู้ซื้อก็ได้ห้องที่ถูกต้อง นับเป็นการยิงปืนนัดเดียวได้นกสองตัวเลยก็ว่าได้

อย่างไรก็ตาม นายหน้าจำเป็นต้องเลือกวิธีการถ่ายทอดสารและอ่านอารมณ์ความรู้สึกของลูกค้าให้ออก ใช้วิธีการอธิบายให้เข้าใจแทนที่จะเป็นการเข้าไปแบบข่มขู่หรือเสนอขายแบบยัดเยียดจะทำให้ลูกค้ารู้สึกคล้อยตามได้มากกว่านั่นเอง

5. ปรับตัว ยืดหยุ่น และพยายามประคองตัวเองให้อยู่ตำแหน่ง ต้นน้ำเสมอ

กระแสและเทรนด์การตลาดรวมถึงการซื้อขายเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา นักขายที่ดีจำเป็นต้องปรับตัวให้ทันและไม่หยุดนิ่งที่คำว่า “ดีอยู่แล้ว” แต่ต้องพัฒนาอย่างยั่งยืนและไปให้ทันกับทั้งความต้องการของโลก และลูกค้า แน่ใจว่านี่ไม่ได้หมายความว่า คุณจะต้องเป็นผู้คิดค้นเทรนด์ การตลาดใหม่ ๆ ที่ไม่เคยมีใครนำมาใช้มาก่อน นักขายที่ไม่มีวันหมดอายุคือคนที่ขยันสังเกต มองหาช่องทางที่สามารถนำมาต่อยอดการขาย โดยยังคำนึงถึงความต้องการของลูกค้าเป็นหลัก อีกทั้งการเลือกหยิบจุดเด่นของสินค้าหรือบริการมาปิดจุดอ่อนก็ถือว่าเป็นทริคที่ไม่เลวเลยทีเดียว เช่น หากลูกค้าคือนักลงทุนแต่ยังไม่แน่ใจว่าห้องที่ซื้อเพื่อปล่อยเช่าจะมีคนมาอยู่หรือไม่ นายหน้าอาจพานักลงทุนไปยังบริเวณหน้าโครงการและชวนมองขึ้นไปทีละเบียง หากเห็นว่าเกือบทุกห้องมีราวตากผ้าอยู่ นั่นหมายถึงความน่าจะเป็นที่จะขายได้ก็สูงขึ้นเช่นกัน

นอกจากหน้าที่ต้องเป๊ะแล้ว หลังบ้านก็ต้องเนียบเช่นกัน การบริการ หลังการขายสำคัญพอ ๆ กับการดึงดูดให้ลูกค้าเลือกกดส่งข้อความ มาหาเราเลยทีเดียว การติดตามหรือลักษณะการพูดคุยจึงเป็นหนึ่ง ทักษะที่นักขายไม่ควรมองข้าม

สำหรับนายหน้ามือใหม่ หรือนัก (อยาก) ขายที่กำลังจะก้าวเข้าสู่วงการ อสังหาริมทรัพย์ หากต้องการกระโดดลงสนามแต่ยังมีความรู้ไม่มาก พอ การสร้างตัวตนให้รู้ว่า “ฉันอยู่ตรงนี้และนี่คือสิ่งที่ฉันทำ” นับเป็น ก้าวแรกที่จะทำให้คนอื่น ๆ รู้จักเราในฐานะที่ต่างออกไป อีกทั้งหาก เราขยันหาข้อมูล ศึกษาหาความรู้ และได้ลองลงมือทำด้วยตัวเองและ ศึกษา 5 เทคนิคการขายคอนโดฯ อสังหาฯ นี้ การเป็นนายหน้าที่ ประสบความสำเร็จก็ไม่ใช่เรื่องยากหรือเป็นไปได้เลย