

เทคนิคและศิลปะ

การพูด



เพื่อบันดาลยอดขาย

(THE ART AND TECHNIQUE OF SPEAKING TO GENERATE SALES)

บอกแนวทาง-สร้างลู่วางในการพูดที่ชนะทั้งน้ำคำและน้ำใจ
สร้างความสำเร็จ-ที่บอกวิธีการใช้สื่อและการสื่อสารทุกรูปแบบ
มีเคล็ดลับใหม่ลับ-ในการพลิกพลั้วชีวิตเป็นอาวุธด้วย”ฝีปากและฝีมือ”
สำหรับบุคคลในอาชีพขายทุกสินค้า-หรือบริการพูดเพื่อขายแบบมืออาชีพ
พูดให้ฟังสบายหู-ทำแล้วดูสบายตา-ระหว่างเจรจาพูดค้าสบายใจ

สมชาติ กิวยรรยง



- การตลาด 20P ที่ชี้้นำสู่ความสำเร็จ
- เทคนิคในการใช้คำถามสู่เวทีการขาย
- 5 น้า-5 ถูก-5 ใจทำให้เกิดความสำเร็จ
- สูตร4ช.เพื่อความสำเร็จในการพูดเสนอขาย
- ประเภทของลูกค้กับการพูดสื่อสารเพื่อการขาย
- ศิลปะการพูดเหมือนนั่งในใจคนพูดแบบนี้ใครก็ชอบ
- เครื่องมือที่ใช้ทำให้พูดเพื่อขายง่ายขึ้น
- เทคนิคการพูดโน้มน้าวใจให้ลูกค้เชื่อถือ
- จะพูดเพื่อขออย่างไรให้ได้ผลสำเร็จ
- เลือกใช้คำพูดกับลูกค้ที่ฟังสบายหูดูจะดีกว่า
- การพูดตอบข้อข้องใจจากลูกค้
- สู่แนวทางในการพูดเพื่อจูงใจลูกค้ผู้ติดต่อ
- ศิลปะการพูดเพื่อทาบตามและพูดเสนอสิ่งจูงใจ
- การพูดเพื่อจะได้ขายความคิด
- อานุภาพของคำพูดที่สร้างความสำเร็จหรือล้มเหลว
- สื่อเครื่องมืออุปกรณ์ช่วยนักขายพูดให้คำพูดมีน้ำหนัก
- ลูกค้เรือแปดลำกับวิธีพูดทำให้ตัดสินใจซื้อ
- เทคนิคการพูดสื่อสารทางโทรศัพท์เพื่อการขาย
- พูดอย่างไรจึงจะทำให้ลูกค้ซื้อหรือปิดการขายได้

หน้าลิขสิทธิ์อีบุ๊ก

สถาบันส่งเสริมการพัฒนาบุคลากร(IBC GROUP)

-เทคนิคและศิลปะการพูดเพื่อบันดาลยอดขาย

(The art and technique of speaking to generate sales)

ราคา-200-บาท

ข้อมูลบรรณานุกรมของหอสมุดแห่งชาติ

-คำคมนั้นแก้ลมปาก คำถูกต่างหาก ที่เป็นแรงผลักดันเราสู่

ความสำเร็จ

-ขายของออนไลน์หรือออฟไลน์นั้น มันไม่ใช่ทางเลือก แต่มันคือทาง
รอด

-ของขายดีนั้นไม่ใช่เพราะดวง แต่นั่นแหละเป็นผลพวงจากเรา "ความ
พยายาม

-อย่ามัวแต่โทษโชคชะตา ว่าทำไมขายไม่ได้ หากคุณไม่แสวงหา
โอกาสให้ตนเอง

ISBN(E-BOOK)- 978-616-94783-4-8

บรรณาธิการต้นฉบับ สมชาติ กิจยรรยง

ศิลปกรรม/ออกแบบปก นางสาววิวรรณ ไชยวัชรนนท์

พิสูจน์อักษรโดย นางสาววิวรรณ ไชยวัชรนนท์

อีเมล skillupinter@gmail.com

จัดพิมพ์และจัดจำหน่ายโดยสมชาติ กิจยรรยง

399 ถ.ลาดพร้าว121 คลองจั่น บางกะปิ กทม.10240

คำนำ

เทคนิคและศิลปะการพูดเพื่อบັນดาลยอดขาย

(The art and technique of speaking to generate sales)

การขายจะประสบความสำเร็จไปได้ด้วยดี หากนักขายมี “ฝีปาก” กับ “ฝีมือ” ในการขาย นั่นก็จะต้องประกอบด้วย “ศาสตร์” และ “ศิลป์” ในการทำงานบนเวทีการขาย ทั้งฝีปาก ฝีมือหรือศาสตร์ และศิลป์นั้นจะประสบความสำเร็จได้หากนักขายมีศักยภาพพร้อมทั้งมีความสามารถในการสื่อสารในรูปแบบต่างๆรวมทั้งการพูดที่ “พูดได้” “พูดเป็น” “พูดเก่ง” ซึ่งจะต้องอาศัยพื้นฐานทางด้านความรู้ต่างๆหลายประการในกระบวนการขายที่จะทำให้ นักขายคนนั้นๆจะต้องมีไม่ว่าความรู้เกี่ยวกับองค์กร เกี่ยวกับสินค้า เกี่ยวกับกระบวนการวิธีการในการขาย นั่นก็คือ “รู้เรา” นอกจากนี้ยังต้องมีความรู้เกี่ยวกับผู้มุ่งหวังลูกค้าในหลายๆประการ ที่เรียกว่า “รู้เขา” หนังสือเล่มนี้เปรียบเสมือนคู่มือการทำงานช่วยให้นักขายประสบความสำเร็จใน “การพูด” รวมทั้ง “การติดต่อสื่อสาร” ในหลายๆรูปแบบ เช่น การใช้คำพูด การใช้สื่อโซเชียลต่างๆ การใช้โทรศัพท์ การอ่านภาษาทักทายฯลฯ เพื่อการเสนอขายให้บรรลุเป้าหมาย

หนังสือเทคนิคและศิลปะการพูดเพื่อบັນดาลยอดขายเล่มนี้ ได้รวบรวมเรื่องราวและวิธีการในการพูด การติดต่อสื่อสารไปยังลูกค้าในหลากหลายกรณี ที่จะช่วยให้ท่านผู้อ่านสามารถติดต่อกับลูกค้าผู้มุ่งหวังได้ประสบผลสำเร็จที่ผู้มุ่งหวังลูกค้าตอบตกลงที่จะเป็นเจ้าของ

ผลิตภัณฑ์ สินค้าหรือบริการเราได้อย่าง “เชื่อมั่น เชื่อถือ เชื่อมมือและ
เชื่อใจ”ในตัวแทนขายที่ทำการติดต่อพร้อมทั้งตัวองค์กรที่นักขายสังกัด
ได้อีกด้วย โดยเนื้อหาของเล่มนี้จะเน้นหนักไปในเรื่องราวที่จะช่วย
“สร้างพลังคำพูด สร้างความสำเร็จ” ให้กับนักขายคือการเน้นการติดต่อที่
สร้างสรรค์ไปในทางด้านการพูด การสื่อ การใช้สื่อต่างๆรวมทั้งการ
สื่อสารในหลากหลายรูปแบบทั้ง การติดต่อสื่อสารผ่านไปยังโทรศัพท์
การติดต่อสื่อสารจากการอ่านจิตใจ การใช้ภาษากายในอ่านและจะทำให้
ให้นักขายสามารถที่จะทำการหรือดำเนินการปิดหรือสรุปการขายเพื่อ
ทำใบสั่งซื้อหรือส่งมอบสินค้าไปยังลูกค้าได้ไม่ยากเย็น

หนังสือเล่มนี้จึงเหมาะสมกับนักขายและผู้บริหารงานขายทุก
ระดับตำแหน่งที่ทำการจำหน่ายสินค้า ผลิตภัณฑ์หรือบริการ ซึ่ง
สามารถใช้เป็นเครื่องมือและคู่มือในการออกขายภาคสนามสำหรับนัก
ขายทุกสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ รวมทั้งใช้เป็นคู่มือสำหรับผู้บริหารหรือ
ผู้นำขององค์กรในการทำการฝึกอบรมนักขายในองค์กร อันจะทำให้
มองเห็นแนวทาง ขั้นตอนและวิธีการในการ “พูดเพื่อให้ขายได้” หรือ
“มีการสื่อสารที่ดีทวิผลงานหรือยอดขาย” ขออวยพรให้ท่านผู้อ่าน
สามารถใช้หนังสือเล่มนี้ที่จะชี้แนะทางสู่ความสำเร็จได้ไม่ยากเย็นจาก
การ “ลงมือทำ” ก็สามารถ “เสริมสร้างหรือบันดาเลยอดขายให้พรั่ง
พรั่ง”ได้เช่นกัน

ด้วยความปรารถนาดี

สมชาติ กิจยรรยง

สารบัญเทคนิคและศิลปะการพูดเพื่อบันดายอดขาย

(The art and technique of speaking to generate sales)

เรื่อง	หน้า
บทที่ 1.เตรียมพร้อมก่อนลงสู่เวทีการขาย	1
(Get ready before hitting the sales stage)	
สูตร CPCPHOTO ก่อนลงสู่เวทีการขาย	1
บทสรุปการเตรียมพร้อมก่อนลงสู่เวทีการขาย	8
 บทที่ 2.บันไดสู่ความสำเร็จของนักขายมืออาชีพ	 9
(The ladder to success for professional salespeople)	
ความหมายการตลาดเพื่อการขาย	9
การตลาด 20P ที่ชี้นำสู่ความสำเร็จ	9
 บทที่ 3.การใช้คำถามต่างๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อการขาย	 20
(Using questions that are helpful for selling)	
เทคนิคในการใช้คำถามสู่เวทีการขาย	21
วิธีการรับฟังนำสู่สู่ทางความสำเร็จ	27

สารบัญเทคนิคและศิลปะการพูดเพื่อบันดาขาย

(The art and technique of speaking to generate sales)

เรื่อง	หน้า
บทที่ 4.จะพูดอย่างไรให้น่าถูกใจลูกค้าหรือผู้ติดต่อ	28
(How to speak in a way that will impress customers or contacts)	
5 นำสู่ลูกค้าผู้ติดต่อ	28
5 ถูกสู่ลูกค้าที่น่าเชื่อถือ	30
5 ใจทำให้เกิดความใส่ใจ	33
บทสรุปน่าถูกใจ	35
 บทที่ 5.สูตรเพื่อความสำเร็จในการพูดเสนอขาย	 36
(The formula for success in sales pitching)	
สูตรง่ายๆ ในการขายอย่างสร้างสรรค์	36
สูตร4ข.เพื่อความสำเร็จในการพูดเสนอขาย	37
บทบาทที่สำคัญผลักดันสู่ความสำเร็จในงานขาย	39
บทบาทที่ดีควรทำอะไร	43
 บทที่6.ศิลปะการพูดสื่อสารเพื่อการขายที่ทรงประสิทธิภาพ	 44
(The Art of Effective Communication for Sales)	
ความสำคัญของคำพูด	
พูดอย่างไรจึงจะขายได้	45

สารบัญเทคนิคและศิลปะการพูดเพื่อบ้านดาขาย

(The art and technique of speaking to generate sales)

เรื่อง	หน้า
หลักการพูดเพื่อนำเสนอขายที่ประสบความสำเร็จ	50
พูดแล้วขายไม่ได้เพราะอะไร	52
บทที่ 7.ประเภทของลูกค้ากับการพูดสื่อสารเพื่อการขาย	55
(Types of Customers and Sales Communication)	
แบ่งลักษณะลูกค้าตามกลุ่มอาชีพ	56
แบ่งตามบุคลิกภาพลูกค้าจากรูปร่าง/หน้าตา	57
แบ่งลูกค้าตามลักษณะการสื่อสาร	58
กิจกรรมประเภทลูกค้ากับการให้บริการ	59
บทที่ 8 การสื่อสารการตลาดอย่างครบเครื่อง	64
(Comprehensive marketing communications)	
เครื่องมือที่ใช้ในการสื่อสารทางการตลาดที่ดี	64
ลักษณะการติดต่อสื่อสารทางการตลาดแต่ละอย่าง	65
เทคนิคการส่งข่าว	67

สารบัญเทคนิคและศิลปะการพูดเพื่อบันดาลยอดขาย

(The art and technique of speaking to generate sales)

เรื่อง	หน้า
บทที่ 9.พึงระวังจะพังเพราะปากจากการพูด	69
(Be careful not to ruin your mouth from what you say)	
ระดับภาษา 5 ระดับ	69
ตัวอย่างภาษาระดับปาก	70
ตัวอย่างภาษาที่ต้องดีความ	71
ตัวอย่างภาษากำกวม	72
พูดภาษาต่างถิ่น	73
คำพูดที่ระคายหู	74
 บทที่ 10 ศิลปะการพูดให้เหมือนนั่งในใจคน	
พูดแบบนี้ใครๆก็ชอบฟัง	75
(The art of speaking like sitting in someone's heart Listen)	
ปล่อยให้ฝ่ายพูดสิ่งที่อยู่ในใจ	76
เชื่อมโยงความรู้สึกกับคำพูด	77
คำพูดได้รับอิทธิพลจากคนใกล้ชิด	78
“รอกอย” และ “ตั้งใจฟัง”	79

สารบัญเทคนิคและศิลปะการพูดเพื่อบันดาขาย

(The art and technique of speaking to generate sales)

เรื่อง	หน้า
บทที่ 11.เครื่องมือที่ใช้ทำให้พูดเพื่อขายง่ายขึ้น	80
(A tool used to make selling easier)	
อาวุธของนักขายทำให้กลายเป็นเงิน	80
ประโยชน์ของการใช้อุปกรณ์ในการขาย	86
บทที่ 12.เทคนิคการพูดโน้มน้าวใจให้ลูกค้าเชื่อถือ	88
(Techniques for persuading customers to trust you)	
การเจรจาโน้มน้าวจิตใจลูกค้า	88
ข้อควรคำนึงในการสร้างแรงจูงใจ	89
บทที่ 13.พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อเกี่ยวกับการสร้างแรงจูงใจให้แกลูกค้า	93
(Purchasing decision behavior and customer motivation)	
พฤติกรรมของลูกค้าขึ้นอยู่กับอะไร	93
สาเหตุที่ทำให้ผู้ซื้อไม่พอใจ	97
การตัดสินใจซื้อของลูกค้า	97
แรงจูงใจที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ	98

สารบัญเทคนิคและศิลปะการพูดเพื่อบันดาขาย

(The art and technique of speaking to generate sales)

เรื่อง	หน้า
บทที่ 14. ผู้รู้ทางการขายอย่างที่ปรึกษาหารือ	104
(Towards consultative sales)	
ปัจจัยที่เกี่ยวข้องในการขายแบบที่ปรึกษา	104
คุณสมบัติที่สำคัญในการเป็นนักขายแบบที่ปรึกษา	107
การเตรียมการขาย	108
กระบวนการทำให้คำปรึกษาแบบมืออาชีพ	109
 บทที่ 15. จะพูดเพื่อขออย่างไรให้ได้ผลสำเร็จ	 111
(How to speak to make a request so that it is successful)	
หลักการหรือแนวทางในการขอ	111
จูงขายผลประโยชน์ของสินค้าก่อนขายสินค้า	113
 บทที่ 16. เลือกใช้คำพูดกับลูกค้าที่ฟังสบายหูจะดีกว่า	 120
(It's better to choose words that are easy on the ears of customers)	
คำพูดที่ระคายหูกับคำพูดฉานลบ	120
นานาภาษาคอกไม้กับคำพูดที่กล่าวทางฉานบวก	122
ผลจากการได้รับกับคำพูดที่กล่าวทางฉานบวก	123
วลีอันทรงพลังเพื่อคนคิดบวก	124

สารบัญเทคนิคและศิลปะการพูดเพื่อบันดาขาย

(The art and technique of speaking to generate sales)

เรื่อง	หน้า
บทที่ 17.เราต้องขายอะไรบ้างเมื่อติดต่อลูกค้า	129
(What should we sell when contacting customers?)	
สิ่งที่นักขายต้องขายอยู่เสมอ	129
 บทที่ 18.การพูดตอบข้อข้องใจจากลูกค้า	 136
(Responding to customer concerns)	
วัตถุประสงค์ของการตอบข้อซักถามข้องใจ	136
การเตรียมตัวตอบข้อซักถาม	137
ทำไมเขาจึงถามข้อข้องใจ	138
เทคนิค และวิธีการตอบข้อซักถามข้องข้องใจ	139
 บทที่ 19.วิธีการติดกับลูกค้าเก่าหรือลูกค้าใหม่	 142
(How to Talk to Existing or New Customers)	
การเตรียมตัวเตรียมใจไปพบลูกค้ารายใหม่	142
การเตรียมตัวไปพบลูกค้าเก่า	144
สิ่งต่อไปนี้เป็นสิ่งที่ท่านจะต้องเตรียมพร้อมเสมอ	145
ทำไมลูกค้าจึงเปลี่ยนใจ	146

สารบัญเทคนิคและศิลปะการพูดเพื่อบันดาขาย

(The art and technique of speaking to generate sales)

เรื่อง	หน้า
วิธีคิดเพื่อพิชิตยอดขาย	146
คิดใหม่ ทำใหม่	149
 บทที่ 20.สู่แนวทางในการพูดเพื่อจูงใจลูกค้าผู้ติดต่อ	 152
(Towards a guideline for speaking to persuade your customers)	
การสร้างคามไว้นื้อเชื่อใจ	152
แนวโนม้การรับรู้ของคนเรา	153
การเจรจาโน้มน้าวจิตใจลูกค้า	154
เรื่องที่ควรพูดเพื่อการจูงใจลูกค้า	156
เทคนิคการกระตุ้นลูกค้าให้บังเกิดผล	157
 บทที่ 21.สร้างแรงบันดาลใจให้ผู้ประสบความสำเร็จ	 159
(Inspire success)	
การสร้างแรงบันดาลใจ	159
หกวิธีเพื่อเปลี่ยนความปรารถนาเป็นทองคำ	161
กฎแห่ง “ความเห็นชอบของตนเอง”	162

สารบัญเทคนิคและศิลปะการพูดเพื่อบ้านดาเลยอดขาย

(The art and technique of speaking to generate sales)

เรื่อง	หน้า
บทที่ 22.ศิลปะการพูดเพื่อทาบถามและพูดเสนอสิ่งจูงใจ	165
(The art of persuasive and persuasive speaking)	
ศิลปะในการสร้างความอบอุ่นใจ	165
ศิลปะในการเปิดใจสนทนา	166
เทคนิคการใช้คำพูดเพื่อเชื่อเชิญลูกค้ามาดูงาน	169
สิ่งที่จะจูงใจให้กับผู้ใช้บริการ/ลูกค้า	172
 บทที่ 23.ทุกวันฉันดีขึ้นเมื่อได้สู้จนชนะ	 184
(Every day I get better because I fight and win)	
เป้าหมายจะเป็นจริงถ้า.....	184
ชีวิตคือการต่อสู้ ศัตรูคือยาชูกำลัง	185
นิสัยที่จะทำให้ตัวท่านเองเดือดร้อน	186
ต้องสู้จึงจะชนะ	187
 บทที่ 24.การพูดเพื่อจะได้ขายความคิด	 191
(Speaking to sell ideas)	
ลำดับขั้นตอนในการขายความคิด	191
หลักการขายความคิด พิชิตอุปสรรค	193

สารบัญเทคนิคและศิลปะการพูดเพื่อบันดาขาย

(The art and technique of speaking to generate sales)

เรื่อง	หน้า
ตัวอย่างปัญหาและแนวทางแก้ไขพร้อมคำตอบข้อสงสัย	194
บทที่ 25.แนวทางในการแย่งลูกค้าจากคู่แข่ง	199
(Ways to steal customers from competitors)	
กลยุทธ์การแย่งลูกค้าจากคู่แข่ง	200
บทที่ 26.ใช้สื่อสารทางการตลาดเพื่อเสริมสร้างบันดาขาย	204
(Use marketing communications to drive sales)	
แนวทางสื่อสารการตลาดอย่างครบเครื่อง	204
ภาพลักษณ์ที่ดี	205
สร้างสัมพันธ์กับลูกค้าระยะยาว	207
สร้างพลังจากคนผู้ให้บริการ	208
คู่ทางในการเพิ่มยอดขาย	208
สื่อมวลชนกับโอกาสทางการตลาด	210

สารบัญเทคนิคและศิลปะการพูดเพื่อบันดาขาย

(The art and technique of speaking to generate sales)

เรื่อง	หน้า
บทที่ 27.อำนาจของคำพูดที่สร้างความสำเร็จหรือล้มเหลว	212
(The power of words that create success or failure)	
คำพูดที่ควรให้เป็นส่วนหนึ่งของชีวิต	
คำพูดความคิดที่ควรทำลาย	213
การพูดที่ทำลายการขายของผู้ที่จะเป็นนักขายก็คือ	214
พฤติกรรมที่เป็นปัญหาเวลาสนทนาทางโทรศัพท์	215
 บทที่ 28.สื่อเครื่องมืออุปกรณ์ช่วยนักขายพูดให้คำพูดมีน้ำหนัก	 219
(Media tools and equipment to help salespeople speak with more impact)	
ประโยชน์ของอุปกรณ์ในการขาย	219
ประเภทของสื่อเครื่องมือหรืออุปกรณ์ในการขาย	220
เครื่องมือหรืออุปกรณ์ในการขายอื่น ๆ	221
การใช้สื่อ เครื่องมือหรืออุปกรณ์ในการขาย	223

สารบัญเทคนิคและศิลปะการพูดเพื่อบันดาขาย

(The art and technique of speaking to generate sales)

เรื่อง	หน้า
บทที่ 29. ลูกค้าเรือแปดลำกับวิธีพูดทำให้ตัดสินใจซื้อ	224
(Eight ship customers and how to talk to make them decide to buy)	
ลูกค้าประเภทเรือเกลือ	224
ลูกค้าประเภทเรือเร็ว	225
ลูกค้าประเภทเรือรบ	226
ลูกค้าประเภทเรือลาดตระเวน	226
ลูกค้าประเภทเรือรบด	227
ลูกค้าประเภทเรือพาย	228
ลูกค้าประเภทเรือหางยาว	229
ลูกค้าประเภทเรือโดยสาร	230
ลูกค้า 9 ประเภทที่นักขายต้องเผชิญ	231
 บทที่ 30.กลยุทธ์การขายในสภาวะปัจจุบัน	 233
(Sales strategies in the current environment)	
การขายในอนาคต	233
แนวโน้มการเปลี่ยนแปลง	234
คุณสมบัตินักขายยุคแข่งขัน	235
กลยุทธ์การชิงชัยในการขาย	235

สารบัญเทคนิคและศิลปะการพูดเพื่อบ้านดาดยอดขาย

(The art and technique of speaking to generate sales)

เรื่อง	หน้า
ปีแห่งการแข่งขัน	238
เทคนิคการขายในภาวะการณ์แข่งขัน	239
บทที่ 31.หลักการสื่อสารเพื่อการขายให้สัมฤทธิ์ผล	244
(Principles of Communication for Successful Sales)	
ขั้นเตรียมการ	244
ขั้นเสนอแนะ	245
ขั้นสรุปการขาย	247
เจรจาการขายอย่างไรให้ได้ผล	248
โครงสร้างการพูดโดยทั่วไป	249
พูดแล้วขายไม่ได้ อาจเกิดจาก	252
บทที่ 32.เทคนิคการพูดสื่อสารทางโทรศัพท์เพื่อการขาย	253
(Telephone communication techniques for sales)	
หลักการสื่อสารทางโทรศัพท์ให้เกิดประสิทธิผล	254
จิตวิทยาในการพูดเพื่อการขายทางโทรศัพท์	256

สารบัญเทคนิคและศิลปะการพูดเพื่อบันดายอดขาย

(The art and technique of speaking to generate sales)

เรื่อง	หน้า
บทที่ 33.ขั้นตอนการขายทางโทรศัพท์กับการเอาชนะข้อโต้แย้ง	259
(Telephone Sales Steps and Overcoming Objections)	
ขั้นตอนในการขายทางโทรศัพท์	259
ทำไมจึงมีข้อโต้แย้ง	262
เทคนิค 6 ประการ ในการจัดการข้อโต้แย้ง	264
เทคนิคการปิดการขายทางโทรศัพท์	268
 บทที่ 34.พูดอย่างไรจึงจะทำให้ลูกค้าซื้อหรือปิดการขายได้	 272
(How to speak to get customers to buy or close a sale)	
มีทัศนคติแห่งความสำเร็จไหม	272
พื้นฐานการปิดการขายที่ควรจะมีไว้	273
บุคลิกภาพและชีวิตของนักปิดการขายที่ดี	274
สูตรแม่แบบของการปิดการขาย	275
เราควรปิดการขายเมื่อใด?	278
ทำให้ลูกค้าซื้อหรือปิดการขายได้ไม่ยากเย็น	278

สารบัญเทคนิคและศิลปะการพูดเพื่อบันดาลยอดขาย

(The art and technique of speaking to generate sales)

เรื่อง	หน้า
บทที่ 35 อ่านคำพูดและจิตใจลูกค้าจากภาษาท่าทาง	282
(Read your customers' words and minds from body language)	
ประโยชน์จากการอ่านภาษาท่าทาง	283
การแสดงออกทางใบหน้า	283
กิริยาการเดินของคน	284
การทำให้ลูกค้าแสดงออกในท่าทางที่ดี	285
ทำให้ลูกค้ายอมรับในขั้นต้น	285
การนั่ง/ระยะห่างที่เหมาะสม	286
ท่าทางที่ลูกค้าปกป้อง/ทำท่าย	286
ท่าทางที่ (ลูกค้า) ระมัดระวังตัว	287
แสดงความเห็นข้อขึ้นหรือเป็นต่อ	287
การสร้างท่าทางให้ลูกค้ายอมรับ	288
ท่าทางการใช้ความคิด	288
หน่วงเหนี่ยวรั้งรอ	289
ท่าทางความกังวล/หนักใจจากลูกค้า	289
ความพร้อม/ความร่วมมือ	289

สารบัญเทคนิคและศิลปะการพูดเพื่อบันดาขาย

(The art and technique of speaking to generate sales)

เรื่อง	หน้า
ความเชื่อมั่น	290
ท่าทางการเจรจาต่อรอง	290
สัญญาการซื้อขาย (ภาษาพูด)	291
สัญญาซื้อขาย (ภาษาท่าทาง)	292
การเปิดเผย	292
การยอมรับ	293

บทที่ 1 เตรียมพร้อมก่อนลงสู่เวทีการขาย

(Get ready before hitting the sales stage)

เพื่อให้การขายของนักขายเป็นไปด้วยบรรยากาศที่ราบรื่น และมีโอกาสประสบความสำเร็จในการติดต่อเสนอขายกับผู้มุ่งหวังนั้น นักขายจะต้องเล่นบทบาท และแสดงบทบาทของตนให้สมกับเป็นจอมยุทธ์คือ แสดงความเป็น **มืออาชีพ** ออกมา ซึ่งนักขายจะต้องมีความรู้ ความเข้าใจ รวมทั้งทักษะต่างๆ เพื่อให้ลูกค้ายอมรับ เชื่อถือ ศรัทธา และ เชื่อมั่น

สูตร CPCPHOTO ก่อนลงสู่เวทีการขาย

ผู้เขียนขอทบทวนโดยกล่าวถึงสิ่งต่างๆ ที่นักขายควรศึกษา ก่อนลงสู่เวทีการขายด้วยสูตร **CPCPHOTO** คือ

1. ต้องรู้จักลูกค้า (Consumer)

นักขายที่ประสบความสำเร็จในการเสนอขายควรที่จะต้องมีความรู้ข้อมูลของลูกค้าและรู้จักลูกค้าว่า เขาเป็นใคร ตำแหน่ง ชื้อ จำนวนบุตร ปัญหาต่างๆ ที่เขาประสบอยู่

ถ้าหากยังเป็นลูกค้ารายใหม่ ทางที่คืนักขายอย่าเพิ่งพรวดพลาดไปหาเขา ควรอย่างยิ่งที่จะต้องมียละเอียดของลูกค้านามากที่สุด นักขายควรหาสมุดไว้สำหรับจดบันทึกรายชื้อลูกค้า พร้อมทั้งรายละเอียดของลูกค้าในเรื่องต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ สินค้า หรือบริการของเรา เช่น ถ้าหากจะขายเครื่องใช้ในครัวเรือนก็ควรจะมีข้อมูลในเรื่องเครื่องครัวที่ใช้อยู่ ปัญหาต่างๆ ในการซื้อหรือปรุเอง

ผู้ใช้ห้องครัวประจำคือใคร เราในฐานะของผู้ขายจะสร้างจุดขาย
อย่างไร และเวลาใดที่จะเข้าพบได้สะดวก

หรือถ้าหากเราจะขายความคุ้มครอง หรือประกันชีวิต ก็ควร
จะดูข้อมูลถึง อายุ อาชีพ รายได้ จำนวนบุตร เพศ ความรับผิดชอบ
ต่างๆของเขา

ถ้าหากเข้าพบผู้มุ่งหวังที่เราเคยเข้าพบในครั้งก่อนๆแล้ว เราก็
ควรที่จะต้องมีข้อมูลว่า คราวที่ผ่านมาที่เคยติดต่อไว้เรื่องราวไปถึง
ไหนแล้ว จะประสานต่อด้วยเหตุผล ข้อมูล หรือหลักฐานใด เพื่อให้
ลูกค้ายอมรับ ให้ลูกค้ามีทัศนคติที่เปลี่ยนแปลงไปในทางที่ดี หรือเรา
เคยมีปัญหาอะไรกับเขาบ้าง และเราจะแก้ไขปัญหากับลูกค้าอย่างไร

2. ต้องรู้จักสินค้า (Product)

นักขายจะต้องรู้จักสินค้าที่ตนดูแลและขายอยู่ในทุกเรื่อง ใน
รายละเอียดต่างๆเกี่ยวกับคุณภาพ คุณสมบัติ และคุณประโยชน์ต่างๆ
รวมทั้งจะต้องเข้าใจในเรื่องของรูปแบบและความเป็นมาโดยย่อของ
สินค้าและขององค์กร ผู้เขียนขอทบทวนว่าสิ่งต่างๆเกี่ยวกับสินค้า
ต่อไปนี้ นักขายมีอาชีพมึควรที่จะละเอียดเป็นอันดับก็คือ ราคาขาย
ระยะเวลา เงื่อนไขการผ่อนชำระ นโยบายการขายแบบต่างๆ ช่อง
ทางการขายต่างๆ คือในการที่สินค้าจะถึงตัวผู้ใช้หรือผู้บริโภคได้นั้น
สามารถใช้วิธีใดๆได้บ้างในการจัดจำหน่าย

3. ต้องรู้จักปัญหา (Complaints)

คือรู้ว่าอะไรคือปัญหาหรือข้อร้องเรียนของลูกค้า อะไรเป็นข้อบ่งชี้ของลูกค้าย ปัญหาต่างๆที่ลูกค้ายกขึ้นมาอ้างนั้นเป็นเหตุผลที่จะไม่ตัดสินใจซื้อกับเรา นักขายควรจะต้องมีเทคนิค มีข้อมูล และมียุทธวิธีแปรเปลี่ยนลูกค้าที่ชอบบ่น กำลังบ่น ยังไม่ตัดสินใจ ให้กลายเป็นลูกค้าที่ถาวรได้ นักขายจะต้องรู้กฎเกณฑ์ กติกา ปัญหาแนวทางในการเปลี่ยนข้อโต้แย้ง สามารถนำเข้าสู่การขายได้

4. ต้องรู้ว่าอะไรคือเข็มทิศ (Policies)

คือรู้ถึงนโยบายและวิธีการในการปฏิบัติงานเพื่อช่วยให้องค์กรสามารถทำอะไรได้อย่างเต็มที่ การที่นักขายได้เรียนรู้ถึงนโยบายหรือเป้าหมายในการดำเนินการขององค์กร จะทำให้นักขายเข้าใจถึงการปฏิบัติ วิธีการที่ถูกต้อง ซึ่งนักขายจะต้องรู้ถึง

-ระบบ ระเบียบวัฒนธรรมในการดำเนินกาในองค์กร

-นโยบายการขาย นโยบายการให้สินเชื่อ และระบบการลดราคาหรือของแถม

-การปิดบัญชียอดขาย กำหนดวันส่งของ การทำรายงานขาย

-วิธีการในการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้น

ฯลฯ

ถ้าหากนักขายมีความรู้ในเรื่องดังกล่าวข้างต้น จะทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อถือ ทำให้นักขายมีความมั่นใจ และทำให้การขายง่ายขึ้น

5. ต้องรู้จักวางแผน (How to plan)

การเป็นนักขายมืออาชีพที่ประสบความสำเร็จ ไม่ได้หมายความว่า จะต้องออกตะลุยอยู่กับลูกค้าทั้งวัน หรือเอาแต่วิ่งชนลูกค้าไปเรื่อยๆ โดยคิดหวังไว้แต่เพียงให้ได้พบลูกค้ามากที่สุด บ่อยที่สุด หรือดีที่สุด ก็จะประสบความสำเร็จเสมอไป

นักขายมืออาชีพจะต้องใช้หัวใจคือ *สมอง* ก่อนที่จะออกรบคือ เดินด้วยเท้าออกไปหาลูกค้า ซึ่งการใช้สมองคิดและวางแผนก่อนลงสู่สนามการขายจะช่วยทำให้ผลการขาย ผลการเยี่ยมลูกค้าดีขึ้นมาก และจะดีกว่าถ้าการเข้าพบลูกค้าในแต่ละรอบได้มีการวางแผนไว้อย่างดี การวางแผนที่ดีจะทำให้ประหยัดเวลาในการทำงาน ช่วยให้เข้าพบกับลูกค้าที่มีคุณภาพได้ดีขึ้น แผนการต่อไปนี้เป็นสิ่งที่นักขายควรคำนึงถึง

-แผนการเข้าพบลูกค้าในแต่ละวัน แต่ละสัปดาห์ เป็นจำนวนกี่ราย

-วางแผนการเดินทางที่สามารถพบกับจำนวนรายลูกค้าได้มากในระยะเวลาเท่าเดิม

-แผนการพบลูกค้าใหม่ ลูกค้าเก่า ลูกค้าที่ต้องติดตาม หรือบริการ

-แผนการหารายชื่อผู้มุ่งหวังรายใหม่อยู่เสมอๆ

-แผนการผลักดันตนเองเพื่อตำแหน่งหน้าที่และรายได้ที่สูงขึ้น

การวางแผนทุกครั้งก่อนออกขาย เริ่มตั้งแต่การคัดเลือกลูกค้า การเตรียมตัวก่อนเข้าพบ การเข้าพบที่สร้างสรรค์ การเปิดฉากการขาย การ

เสนอขาย การแก้ไขข้อขัดข้อง การปิดการขาย การวางแผน การเตรียม
ขั้นตอนการขายไว้ดีจะช่วยให้การขายสัมฤทธิ์ผลในการขายได้อย่างไม่
ยากเย็น

6. รู้จักจัดการข้อคัดค้าน (Objections)

จะเป็นการดีถ้าหากนักขายได้เตรียมคำตอบเอาไว้ตอบข้อ
คัดค้าน ข้อโต้แย้ง หรือข้อเบี่ยงของลูกค้า หรือแม้แต่การคาดหวังถึง
สิ่งที่ลูกค้าจะร้องเรียนไว้ล่วงหน้าก่อนการเข้าพบ แล้วได้เตรียม
คำตอบที่จะทำให้อลดปัญหา หรือสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้าได้ จะ
ช่วยให้บรรยากาศการขายระหว่างนักขายและลูกค้า ไม่สะดุด
หยุดชะงักก่อนเวลาอันควร

7. รู้จักขอบเขตของการทำงาน (Territory)

ถือนักขายจะต้องมองท้องถิ่น หรือตลาดของตนที่ดูแล

รับผิดชอบอยู่ว่า

- กลุ่มผู้มุ่งหวังของเราอยู่จุดใด
- ในเขตที่เราดูแลอยู่มีลูกค้ากลุ่มเป้าหมายมากน้อยแค่ไหน
- อาณาเขตหรือพื้นที่ที่เราขายอยู่จะมีลูกค้าใหม่เกิดขึ้นมาก

น้อยแค่ไหน

- เราจะเพิ่มเขตหรือขยายเขตการขายได้มากน้อยเพียงใด
- คู่แข่งในเขตของเรามีหรือไม่ ถ้ามีคู่แข่งขึ้นก็ดูว่าเขา

ครอบคลุมอาณาบริเวณกว้างขวางเท่าไร

- เราจะสร้างจุดแข็งหรือจุดอ่อนอย่างไร

-มีความเจริญเติบโตของอุตสาหกรรมต่างๆที่เกี่ยวกับ
ผลิตภัณฑ์ สินค้า หรือบริการของเราหรือไม่

ข้อมูลต่างๆดังกล่าวข้างต้น เราสามารถหาได้จากนักขายรุ่นพี่
ที่กลายเป็นนักขายอาวุโส หรือเป็นผู้จัดการไปแล้ว หรือสอบถามจาก
ร้านค้า หรือลูกค้าในท้องถิ่นนั้นเอง หรือติดต่อหน่วยงานของรัฐ เช่น
ศาลากลาง อำเภอ เทศบาล ฯลฯ แต่ข้อมูลทางราชการของเมืองไทย
ส่วนใหญ่มักไม่ค่อยทันสมัย อาจจะคลาดเคลื่อนต่อความเป็นจริงไป
บ้าง แต่ก็ยังดีกว่าเราไม่รู้อะไรเลยเลยในท้องถิ่นที่เราขายอยู่

8. ต้องรู้จักคู่แข่ง (Opposition)

คือว่า ผลกระทบของฝ่ายตรงข้ามหรือคู่แข่งเป็นอย่างไร
อะไรคือจุดดี จุดด้อย จุดอ่อน หรือจุดแข็งของคู่แข่งกัน

ถึงตอนนี้เพื่อนนักขายจะต้อง รู้เขา และ รู้เรา เพื่อจะได้
เปรียบเทียบกันได้ แต่เราไม่จำเป็นที่จะต้องมีความรู้อย่างล้ำลึก จนเข้า
ขั้นเป็นถึงผู้เชี่ยวชาญในผลิตภัณฑ์ของคู่แข่งไป จนมองไปว่าของเขา
(คู่แข่ง) ดีกว่าของเรา

การขายที่ดี เราไม่โจมตีคู่แข่งกัน การขายที่ดีคือ การอธิบาย
ว่าสินค้าเราที่เป็นจุดแข็งซึ่งเหนือกว่าคู่แข่งคืออะไร ดีกว่าตรงไหน เรา
สามารถเน้นถึงผลประโยชน์สินค้าของเราว่าสามารถจะทำให้ดีกว่า
คู่แข่งได้ไหม และเราจะหลีกเลี่ยงหรือผ่านไปอย่างฉาบฉวยในสิ่งที่
คู่แข่งมีข้อได้เปรียบที่เหนือกว่าผลิตภัณฑ์ของเรา

สิ่งที่จะต้องเตรียมก่อนลงสู่สนามการขาย

ขอล่าวสรุปถึงสิ่งที่นักขายจะต้องเตรียมก่อนลงสู่การพุดกับผู้มุ่งหวังหรือลูกค้าใน สนามการขายนอกจากสิ่งที่ต้องรู้กับสิ่งที่ควรรู้ในแปดประการดังกล่าวไปแล้วข้างต้นก็คือ

1.เตรียมสิ่งที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์หรือสินค้าไว้ด้วย เช่น ตัวอย่างสินค้าของจริงที่ใช้เป็นตัวอย่าง แคตาลอก สินค้าชุดสาริต (ถ้ามีการสาริต) รูปภาพต่างๆ สถิติต่างๆที่เกี่ยวกับการเสนอขายหรือการขาย

2.เครื่องมือหรืออุปกรณ์การเสนอขายหรือการขายต่างๆ รวมทั้งการแต่งกายที่ดีที่แสดงออกถึงภาพลักษณ์ที่ดีของ สินค้าและองค์กรอีกด้วย

3.เตรียมข้อมูลของผู้มุ่งหวังลูกค้าในแ่งมุมต่างๆ ได้รายชื่อมาจากแหล่งไหน จะเสนอแนะสินค้าตัวใด จะพุดสร้างจุดขายหรือจุดสนใจได้อย่างไร จะวางแผนการพุดเพื่อการขายผู้มุ่งหวังรายนี้อย่างไรบ้าง หากเกิดข้อสงสัย ข้อโต้แย้งแล้วจะแก้สถานการณ์อย่างไรบ้าง

4.เตรียมการเดินทาง วางแผนการเดินทาง รายชื่อลูกค้าสำรอง หากมีเวลาเหลืออยู่ รวมทั้งวางแผนในวันและเวลาที่จะเดินทางพบ หรือติดต่อผู้มุ่งหวังลูกค้า

บทสรุปการเตรียมพร้อมก่อนสู่เวทีการขาย

ดังนั้นการรู้เรา โดยการศึกษา เรียนรู้ คุณค่า คุณภาพ คุณสมบัติ และ คุณประโยชน์ ในผลิตภัณฑ์หรือสินค้าของเรา เพื่อเราจะได้พูดได้ขายสินค้าด้วยความจริงใจและมีความกระตือรือร้น นับเป็นการสร้างความเชื่อถือให้แก่ลูกค้าไม่น้อยเลย

ก่อนลงสู่สนามการขาย ถ้าหากเพื่อนนักขายได้เตรียมตัวเตรียมใจ โดยใช้สูตร *CPCPHOTO* จะช่วยให้เรามั่นใจ มั่นคงในการยืนหยัดบนเส้นทางการขาย พร้อมทั้งจะแก้ไขสถานการณ์ต่างๆที่เกิดขึ้น ข้อสำคัญท่านอย่าลืมเตรียมความพร้อมของอุปกรณ์ เครื่องมือ และสื่อในการขายไปด้วยทั้งนี้ก็เพื่อให้สื่อ เครื่องมือหรืออุปกรณ์การขายช่วยพูดแทนเราได้ก็แล้วกัน.

บทที่ 2 บันไดสู่ความสำเร็จของนักขายมืออาชีพ

(The ladder to success for professional salespeople)

ความหมายการตลาดเพื่อการขาย

ความหมายของการตลาดมีหลายความหมายคือ

- (1) เป็นกิจกรรมทางธุรกิจที่ทำให้สินค้า/บริการเคลื่อนย้ายจากผู้ผลิตไปยังผู้ใช้หรือผู้บริโภค
- (2) เป็นกระบวนการค้นหาความจำเป็นหรือความต้องการของตลาดแล้วเสนอผลิตภัณฑ์เพื่อสนองความต้องการของผู้บริโภค
- (3) การแสวงหา วิเคราะห์ สํารวจเพื่อผลักดันผลิตภัณฑ์สู่ผู้ใช้หรือผู้บริโภค ซึ่งโดยหลักใหญ่ใจความของการผลักดันผลิตภัณฑ์สนองตอบผู้บริโภค ผู้ซื้อ หรือผู้ใช้งานจะประกอบด้วย ส่วนประสมการตลาด

การตลาด 20P ที่ชี้นำสู่ความสำเร็จ

ธุรกิจทุกธุรกิจจะใช้กลยุทธ์ทางการตลาดที่จะแนะนำต่อไปนี้เป็นวิธีการเล่นเอาเถิดกับ 20P นี้เป็นตัวก่อให้เกิดการซื้อซ้ำซื้อเพิ่มซื้อตลอดไป โดยมีกลยุทธ์พื้นฐานก็คือ

1.PRODUCT-สินค้า

ประกอบด้วย คุณสมบัติ คุณภาพ คุณประโยชน์ เทคโนโลยี ชื่อเสียง ลักษณะรูปแบบ ตรายี่ห้อการบรรจุหีบห่อ ขนาด สี สัน การบริการ การรับประกัน การรับคืน ฯลฯ ของสินค้าว่าจะใช้กลยุทธ์ใดในการครอบครองใจผู้ซื้อ

2.PRICE-ราคา

คือราคาสินค้าในใบรายการขายปลีก ส่วนลดซื้อ ระยะเวลา การชำระเงิน ระยะเวลาการให้สินเชื่อเน้นราคาสูง หรือราคาต่ำแค่ไหน หรือมีหลายหลายราคาให้เลือก

3.PLACE-การจัดจำหน่าย

เป็นช่องทาง และวิธีการที่ทำให้สินค้า หรือบริการถึงตัวผู้ใช้ หรือผู้บริโภคได้เช่น การขายตรง การขายผ่านตัวแทนร้านค้า การขาย ผ่านห้างสรรพสินค้า ความครอบคลุม ทำเลที่ตั้ง การใช้สื่อต่าง ๆ

4.PROMOTION-การส่งเสริมการตลาด

การส่งเสริมการขายซึ่งการส่งเสริมการตลาดเพื่อให้สินค้า ครอบครองตลาดได้มากที่สุดนั้นสามารถทำได้หลายวิธี ไม่ว่าจะเป็น ลด แลก แจก แถม เป็นต้น

ปัจจัยพื้นฐานด้านการตลาดคือ 4P อันได้แก่ สินค้า ราคา ช่องทางการขาย และการส่งเสริมการขายนอกจากนี้ยังมีอีก4Pเพิ่มเติมอีก ดังนี้

5.PUBLIC RELATION-ประชาสัมพันธ์

ก็คือการโฆษณาและทำการประชาสัมพันธ์ทางการตลาดให้ สินค้าก่อกองอยู่ในความทรงจำหรือความสนใจ ซึ่งจะทำให้การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ผ่านทางสื่อต่างๆได้ ไม่ว่าจะเป็นการจัดทำป้ายประกาศ ประชาสัมพันธ์ทางสื่อสารมวลชนต่างๆ ไม่ว่าจะจะเป็นทาง นสพ. วิทยุ หรือโทรทัศน์ เป็นต้น