



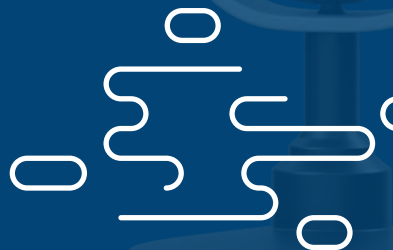
ศาสตร์และศิลป์การพูด ในธุรกิจเครือข่าย ให้ประสบความสำเร็จอย่างสูง

(The art and science of speaking in network marketing to achieve great success)



"จงมองหาโอกาสและคว้ามั่นไว้"
"จงเชื่อมั่นในตัวเองและในธุรกิจของคุณ"
"ความสำเร็จมักมาพร้อมกับการลงมือทำ"
"จงเป็นแรงบันดาลใจให้ผู้อื่นด้วยการเป็นตัวอย่างที่ดี"
"อย่ากลัวที่จะล้มเหลว แต่จงเรียนรู้จากความผิดพลาด"

สมชาติ กิจยรรยง



คำคมที่เน้นการสร้างความสัมพันธ์:

"การสร้างความสัมพันธ์เป็นสิ่งสำคัญที่สุดในธุรกิจเครือข่าย"

"ผู้คนไม่ได้ซื้อสิ่งที่คุณทำ แต่พวกเขาเชื่อว่าทำไมคุณถึงทำ"

: Simon Sinek

"จงเป็นผู้ฟังที่ดีก่อนที่จะเป็นผู้พูดที่ดี"

"สร้างมิตรภาพก่อนที่คุณจะต้องการพวกเขา"

คำคมที่เน้นการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ:

"การสื่อสารที่ดีที่สุดคือการฟังสิ่งที่ไม่ได้พูด": Peter Drucker

"จงพูดให้ชัดเจน ตรงประเด็น และเข้าใจง่าย"

"สร้างความเชื่อมั่นและความไว้วางใจผ่านการสื่อสารที่ซื่อสัตย์"

"การสื่อสารไม่ได้วัดกันที่จำนวนคำที่คุณพูด แต่จะสมบูรณ์เมื่อ
ผู้ฟังเข้าใจ"

: Andrew Grove

คำคมที่เน้นการสร้างแรงบันดาลใจ:

"ลูกค้าที่พึงพอใจคือผู้สนับสนุนที่ยิ่งใหญ่ที่สุดของคุณ"

: Lisa Maciello

"ความสำเร็จไม่ได้ขึ้นอยู่กับว่าคุณหาเงินได้มากแค่ไหน แต่ขึ้นอยู่กับว่าคุณสร้างความแตกต่างให้กับชีวิตของผู้อื่นอย่างไร"

: Michelle Obama

"แบรนด์ของคุณคือสิ่งที่คนอื่นพูดถึงคุณเมื่อคุณไม่อยู่ในห้อง"

: Jeff Bezos

คำคมเกี่ยวกับศิลปะการพูดที่ช่วยให้ประสบความสำเร็จ
ในธุรกิจเครือข่าย (Network Marketing) เน้นการสร้าง
ความสัมพันธ์, การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ, และการสร้างแรงบันดาลใจ คำคมเหล่านี้สามารถนำมาปรับใช้เพื่อพัฒนาทักษะการพูดและการสื่อสารในการสร้างเครือข่ายธุรกิจให้เติบโตและประสบความสำเร็จได้

หน้าลิขสิทธิ์นี้

สถาบันส่งเสริมการพัฒนาบุคลากร(IBC GROUP)

ศาสตร์และศิลปะการพูดในธุรกิจเครือข่ายให้ประสบความสำเร็จ
อย่างสูง

(The art and science of speaking in network marketing to
achieve great success)

ราคา-200-บาท

ข้อมูลบรรณานุกรมของหอสมุดแห่งชาติ

***คู่มือการสร้างคนเครือข่ายไว้ในครอบครองเหมือนตั้งสร้างเงินทอง
ไว้ครบครัน***

-ในเล่มกล่าวถึงศิลปะการพูดต่อที่ชุมนุมชนที่ใช้ทั้งขาย,บริหาร,
ชักชวนและประชุมโอกาสต่างๆ

-กระบวนการขั้นตอนการขายให้ประสบความสำเร็จให้ประสบ
ความสำเร็จทั้งสินค้าหรือบริการ

-กล่าวถึงทบทวนก่อนเสนอขายหรือชักชวนรวมทั้งแนวทาง

ศิลปะการขายโอกาสให้กับบุคคลต่างๆ

-ที่สำคัญในเล่มยังได้กล่าวถึงเทคนิคและยุทธวิธีชักชวนมวลชนสู่
ถนนเครือข่าย 50 วิธีสู่ความสำเร็จ

ISBN(E-BOOK) -978-616-94896-0-3

บรรณาธิการต้นฉบับ สมชาติ กิจยรรยง

ศิลปกรรม/ออกแบบปก นางสาววิวรรณ์ ไชยวัชรนนท์

พิสูจน์อักษร โดย นางสาววิวรรณ์ ไชยวัชรนนท์

อีเมล skillupinter@gmail.com

จัดพิมพ์และจัดจำหน่ายโดยสมชาติ กิจยรรยง

399 ถ.ลาดพร้าว121 คลองจั่น บางกะปิ กทม.10240

คำนำ

ศาสตร์และศิลป์การพูดในธุรกิจเครือข่าย

ให้ประสบความสำเร็จอย่างสูง

(The art and science of speaking in network marketing
to achieve great success)

การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพเป็นกุญแจสำคัญสู่ความสำเร็จในธุรกิจเครือข่าย การพูดในธุรกิจเครือข่ายให้ประสบความสำเร็จต้องอาศัยศาสตร์และศิลป์ในการสื่อสาร, การสร้างความน่าเชื่อถือ, และความเข้าใจในผู้ฟัง ศาสตร์และศิลป์การพูดในธุรกิจเครือข่ายให้ประสบความสำเร็จของบุคคลในงานเครือข่ายทุกระดับตำแหน่งจะประกอบด้วย:

1. ความรู้และข้อมูลที่ต้องรู้ลึกจริง: ผู้พูดควรมีความรู้ความเข้าใจในผลิตภัณฑ์, แผนธุรกิจ, และบริษัทอย่างละเอียด เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือและตอบคำถามได้อย่างถูกต้อง **การเรียบเรียงและการนำเสนอ:** การนำเสนอข้อมูลที่ชัดเจน, กระชับ, และตรงประเด็น จะช่วยให้ผู้ฟังเข้าใจและคล้อยตามได้ง่าย **การใช้ภาษาที่เหมาะสม:** เลือกใช้คำพูดที่สุภาพ, เป็นทางการ, และเข้าใจง่าย เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย

2. ทักษะการสื่อสาร: การสร้างความสัมพันธ์: การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ฟังเป็นสิ่งสำคัญ ผู้พูดควรเป็นผู้ฟังที่ดี, แสดงความสนใจ, และสร้างบรรยากาศที่เป็นกันเอง % การสบตา, การใช้

ภาษากาย, และการแสดงออกทางสีหน้าท่าทาง ล้วนมีส่วนสำคัญในการสื่อสาร

การโน้มน้าวใจ: การใช้คำพูดที่กระตุ้นความสนใจ, สร้างแรงบันดาลใจ, และแสดงถึงประโยชน์ของผลิตภัณฑ์หรือธุรกิจ จะช่วยให้ผู้ฟังตัดสินใจได้ง่ายขึ้น

การรับฟังและตอบข้อโต้แย้ง: การรับฟังความคิดเห็นและข้อโต้แย้งของผู้ฟังอย่างตั้งใจ และตอบคำถามอย่างสุภาพและชัดเจน จะช่วยสร้างความเชื่อมั่นและคลายข้อสงสัยได้

1. การสร้างความน่าเชื่อถือ:บุคลิกภาพที่ดี: การแต่งกายที่เหมาะสม, ท่าทางที่สง่างาม, และการแสดงออกที่เป็นมืออาชีพ จะช่วยสร้างความน่าเชื่อถือและประทับใจให้กับผู้ฟัง

ความซื่อสัตย์และความจริงใจ: การพูดความจริง, แสดงความจริงใจ, และไม่พูดเกินจริง จะช่วยสร้างความเชื่อมั่นและทำให้ผู้ฟังไว้วางใจ

การแสดงความเป็นมืออาชีพ: การมีความรู้, มีประสบการณ์, และมีความสามารถในการแก้ไขปัญหา จะช่วยสร้างความน่าเชื่อถือและทำให้ผู้ฟังรู้สึกมั่นใจ

2. การเข้าใจผู้ฟัง:การวิเคราะห์ในบุคคลหรือ

กลุ่มเป้าหมาย: การทำความเข้าใจความต้องการ, ความสนใจ, และความคาดหวังของผู้ฟัง จะช่วยให้ผู้พูดสามารถปรับวิธีการสื่อสารให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายได้

การปรับตัวตามสถานการณ์: การปรับวิธีการพูด, การใช้ภาษา, และการนำเสนอข้อมูลให้สอดคล้องกับสถานการณ์และผู้ฟังแต่ละคน จะช่วยให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพมากขึ้น

การสร้างความสัมพันธ์: การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ฟัง จะช่วยให้การสื่อสารเป็นไปอย่างราบรื่น และสร้างความรู้สึกร่วมกันเอง

3. การพัฒนาตนเอง:การเรียนรู้และพัฒนาทักษะ: การเรียนรู้ทักษะการสื่อสาร, การขาย, และการสร้างเครือข่ายอย่างต่อเนื่อง จะช่วยให้ผู้พูดมีความสามารถในการสื่อสารและโน้มน้าวใจได้ดียิ่งขึ้น

การฝึกฝน: การฝึกฝนการพูด, การนำเสนอ, และการตอบข้อโต้แย้งอย่างสม่ำเสมอ จะช่วยเพิ่มความมั่นใจและทักษะในการสื่อสาร

การรับฟังความคิดเห็น: การรับฟังความคิดเห็นจากผู้ที่มีประสบการณ์ และนำมาปรับปรุงการสื่อสารของตนเอง จะช่วยให้ผู้พูดพัฒนาตนเองได้อย่างต่อเนื่อง

สำหรับเนื้อหาในบทนี้ในฐานะที่ท่านผู้อ่านจะต้องพูดเรื่องเกี่ยวกับธุรกิจเครือข่ายจะเริ่มตั้งแต่ถึงเรื่องตำนานของการขายตรงให้ทราบ แล้วก็เล่าเรื่อง การตลาดระบบเครือข่ายสมัยใหม่, ไขความลับสู่มหาเศรษฐีเครือข่าย, คาถามหาเศรษฐีเงินล้าน} คุณสมบัตินักธุรกิจเครือข่ายที่ประสบความสำเร็จ การเป็นผู้พูดในหน่วยงานที่ประสบความสำเร็จ รู้จักกับศิลปะการพูดต่อที่ชุมนุมชน, บทบาทหน้าที่ผู้ที่ยืนบนเวทีการพูด, ยุทธวิธีเสริมสร้างความเชื่อมั่นในตนเอง, บุคลิกภาพที่ดี

จะช่วยเพิ่มสีสันได้อย่างไร,การวางแผนเตรียมการก่อนการพูด
ถ่ายทอด,เทคนิคในการเป็นพิธีกรหรือผู้ดำเนินรายการประชุมต่างๆ
,สื่อเพื่อการถ่ายทอดนั้นสำคัญไฉน,หลักการสื่อสารเพื่อการพูดที่ดี
,ศิลปะในการสร้างบรรยากาศในการพูด,แนวทางในการนำเสนอ
แผนการตลาด,เทคนิคในการถ่ายทอดของผู้พูดหรือผู้นำ,สกัดจุดบอด
มุ่งสู่การเป็นยอดนักถ่ายทอด,พูดหรือถ่ายทอดอย่างไรให้สนุก,วิธีการ
บริหารบุคคลหรือทีมงานที่ก่อปัญหา,เทคนิคการจูงใจทีมงานการ
บริหารชีวิตและธุรกิจขายตรง

สรุป:การพูดในธุรกิจเครือข่ายให้ประสบความสำเร็จต้อง
อาศัยทั้งศาสตร์และศิลป์ในการสื่อสาร การมีความรู้, การสร้างความ
น่าเชื่อถือ, การเข้าใจผู้ฟัง, และการพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง จะช่วย
ให้ผู้พูดสามารถสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพและบรรลุเป้าหมายใน
ธุรกิจเครือข่ายได้

ด้วยความปรารถนาดี

สมชาติ กิจขรรยง

สารบัญ ศาสตร์และศิลป์การพูดในธุรกิจเครือข่าย

ให้ประสบความสำเร็จอย่างสูง

(The art and science of speaking in network marketing
to achieve great success)

เรื่อง	หน้า
บทที่ 1 ตำนานของธุรกิจเครือข่ายการขายตรง (The Legend of Direct Selling Network Business)	4
บทที่ 2 การตลาดระบบเครือข่ายสมัยใหม่ (Modern Network Marketing)	20
บทที่ 3 ไขความลับสู่มหาเศรษฐีเครือข่าย (Unraveling the secrets to networking millionaires)	30
บทที่ 4 คาถามหาเศรษฐีเงินล้าน (Millionaire Mantra)	36
บทที่ 5 คุณสมบัตินักเครือข่ายที่ประสบความสำเร็จ (Qualities of successful networkers)	41
บทที่ 6 นำเข้าสู่การเป็นผู้พูดหรือวิทยากรให้ทีมงาน (Introduction to being a speaker or lecturer for the team)	50
บทที่ 7 ผู้พูดในหน่วยงานที่ประสบความสำเร็จ (Successful corporate speakers)	65

สารบัญ ศาสตร์และศิลป์การพูดในธุรกิจเครือข่าย

ให้ประสบความสำเร็จอย่างสูง

(The art and science of speaking in network marketing
to achieve great success)

เรื่อง	หน้า
บทที่ 8 ศิลปะการพูดต่อที่ชุมนุมชน	77
(The art of public speaking)	
บทที่ 9 บทบาทหน้าที่ผู้ที่ยืนบนเวทีการพูด	91
(The roles and responsibilities of those standing on the speaking stage)	
บทที่ 10 ยุทธวิธีเสริมสร้างความเชื่อมั่นในตนเอง	100
(Strategies to build self-confidence)	
บทที่ 11 บุคลิกภาพที่ดีจะช่วยเพิ่มสีสันได้อย่างไร	109
(How can a good personality add color?)	
บทที่ 12 บัญญัติ 10ร.ในการก้าวสู่ธุรกิจเครือข่าย	121
(10 Commandments for Entering Network Business)	
บทที่ 13 กระบวนการขั้นตอนการขายให้ประสบความสำเร็จ	126
(Sales Process Success)	
บทที่ 14 ศิลปะการเสนอโอกาสให้กับบุคคลต่างๆ	134
(The art of offering opportunities to people)	

สารบัญ ศาสตร์และศิลป์การพูดในธุรกิจเครือข่าย

ให้ประสบความสำเร็จอย่างสูง

(The art and science of speaking in network marketing
to achieve great success)

เรื่อง	หน้า
บทที่ 15 เทคนิคและยุทธวิธีชักชวนมวลชน สู่ถนนเครือข่าย 50 วิธี	144
(50 techniques and tactics to attract the masses to the network road)	
บทที่ 16 หลักการสื่อสารเพื่อการพูดที่ดี	175
(Principles of Communication for Good Speaking)	
บทที่ 17 สื่อภาษาอาจจะพาสี	193
(The language of the media may cause damage)	
บทที่ 18 เทคนิคในการเป็นพิธีกรที่ประสบความสำเร็จ	200
(Techniques for becoming a successful host)	
บทที่ 19 สื่อเพื่อการถ่ายทอดนั้นสำคัญไฉน	208
(Why is the media important for broadcasting?)	
บทที่ 20 การวางแผนเตรียมการก่อนการพูดถ่ายทอด	219
(Preparation planning before the speech)	
บทที่ 21 ศิลปะในการสร้างบรรยากาศในการพูด	236
(The art of creating an atmosphere for speaking)	

สารบัญ ศาสตร์และศิลป์การพูดในธุรกิจเครือข่าย

ให้ประสบความสำเร็จอย่างสูง

(The art and science of speaking in network marketing
to achieve great success)

เรื่อง	หน้า
บทที่ 22 เทคนิคการจัดเตรียมเอกสารประกอบการพูด (Techniques for preparing speaking materials)	244
บทที่ 23 สกัดจุดบอดมุ่งสู่การเป็นยอดนักถ่ายทอด (Extracting blind spots to become a top broadcaster)	250
บทที่ 24 แนวทางในการนำเสนอแผนการตลาด (Guidelines for Presenting a Marketing Plan)	255
บทที่ 25 เทคนิคการสาธิตสินค้าภาคสนาม (Field Product Demonstration Techniques)	262
บทที่ 26 เทคนิคการฝึกสอนและฝึกอบรมทีมงานเครือข่าย (Network Team Coaching and Training Techniques)	270
บทที่ 27 แนวทางการพัฒนาฝึกอบรมพัฒนาทีมงาน (Guidelines for team development training)	277
บทที่ 28 เทคนิคการจัดประชุมการขายตรง (Direct Sales Meeting Techniques)	294

สารบัญ ศาสตร์และศิลป์การพูดในธุรกิจเครือข่าย

ให้ประสบความสำเร็จอย่างสูง

(The art and science of speaking in network marketing
to achieve great success)

เรื่อง	หน้า
บทที่ 29 เทคนิคในการถ่ายทอดของผู้พูดหรือผู้นำ (Techniques of delivery by speakers or leaders)	300
บทที่ 30 พูดหรือถ่ายทอดอย่างไรให้สนุก (How to speak or convey in a fun way)	313
บทที่ 31 วิธีการบริหารบุคคลหรือทีมงานที่ก่อปัญหา (How to manage problematic individuals or teams)	321
บทที่ 32 เทคนิคการจูงใจให้ทีมงานเครือข่าย (Techniques for motivating network teams)	326
บทที่ 33 การบริหารชีวิตและธุรกิจเครือข่ายหรือขายตรง (Life management and network marketing or direct selling business)	332
บทที่ 34 ผู้นำกับการบริหารทีมงาน (Leaders and Team Management)	337
บทที่ 35 ประเมินผลอย่างไรในการพูดถ่ายทอด (How to evaluate the results of a speech)	343

บทนำ

ศาสตร์และศิลป์การพูดในธุรกิจเครือข่าย ให้ประสบความสำเร็จอย่างสูง

(The art and science of speaking in network marketing to achieve great success)

การพูดในธุรกิจเครือข่ายให้ประสบความสำเร็จอย่างสูงนั้น ต้องอาศัยทั้งศาสตร์และศิลป์ในการสื่อสาร โดยต้องมีความรู้ความเข้าใจในผลิตภัณฑ์หรือโอกาสทางธุรกิจที่น่าเสนอ รวมถึงทักษะในการสร้างความสัมพันธ์และการโน้มน้าวจิตใจ ศาสตร์ของการพูดในธุรกิจเครือข่าย:

ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์/โอกาสทางธุรกิจ: ผู้ที่จะประสบความสำเร็จต้องมีความรู้ความเข้าใจอย่างถ่องแท้ในสินค้าหรือบริการที่ตนเองนำเสนอ รวมถึงแผนธุรกิจ และสามารถอธิบายได้อย่างชัดเจน เข้าใจง่าย และตรงประเด็น

การวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย: การเข้าใจความต้องการและความสนใจของกลุ่มเป้าหมายเป็นสิ่งสำคัญ เพื่อที่จะสามารถนำเสนอข้อมูลที่ตรงจุดและน่าสนใจ

การวางแผนการนำเสนอ: การจัดลำดับความสำคัญของข้อมูล การใช้ภาษาที่เหมาะสม และการเลือกใช้สื่อประกอบการนำเสนอที่น่าสนใจ จะช่วยให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

การจัดการข้อโต้แย้ง:การเตรียมพร้อมรับมือกับข้อสงสัย หรือข้อโต้แย้งต่างๆ ของผู้ฟัง และสามารถตอบคำถามได้อย่าง ฉะฉานและสร้างความมั่นใจ ศิลปะของการพูดในธุรกิจเครือข่าย:

การสร้างความสัมพันธ์:การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ฟัง เป็นสิ่งสำคัญ การเป็นผู้ฟังที่ดี การแสดงความจริงใจ และการสร้าง บรรยากาศที่เป็นกันเอง จะช่วยให้ผู้ฟังเปิดใจรับฟัง

การใช้ภาษาที่น่าสนใจ:การเลือกใช้คำพูดที่กระชับ เข้าใจง่าย และน่าสนใจ การใช้ภาษาที่สร้างภาพ การเล่าเรื่อง และการใช้ ตัวอย่าง จะช่วยให้ผู้ฟังคล้อยตามได้ง่ายขึ้น

การใช้บุคลิกภาพที่น่าเชื่อถือ:การแต่งกายที่เหมาะสม การใช้ ภาษาที่แสดงถึงความมั่นใจ และการมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ฟัง จะ ช่วยสร้างความน่าเชื่อถือและทำให้ผู้ฟังรู้สึกไว้วางใจ

การสร้างแรงบันดาลใจ:การใช้คำพูดที่สร้างแรงบันดาลใจ การแสดงความเชื่อมั่นในผลิตภัณฑ์/โอกาสทางธุรกิจ และการ สร้างความหวังให้กับผู้ฟัง จะช่วยให้ผู้ฟังเกิดความกระตือรือร้นและ พร้อมที่จะร่วมธุรกิจ

การติดตามผล:การติดตามผลอย่างสม่ำเสมอ การให้ คำแนะนำ และการสนับสนุนผู้ที่สนใจ จะช่วยให้ธุรกิจเติบโตอย่าง ยั่งยืน เกล็ดลับเพิ่มเติม:

ฝึกฝนการพูด:การฝึกฝนการพูดในสถานการณ์ต่างๆ จะช่วย เพิ่มความมั่นใจและทักษะในการสื่อสาร

เรียนรู้จากผู้มีประสบการณ์: การศึกษาและเรียนรู้จากผู้ที่มีประสบการณ์สำเร็จในธุรกิจเครือข่าย จะช่วยให้เราได้เรียนรู้เทคนิคและกลยุทธ์ต่างๆ มีความมุ่งมั่นและอดทน: การทำธุรกิจเครือข่ายต้องใช้ความมุ่งมั่นและอดทน การเผชิญหน้ากับความท้าทายและอุปสรรคต่างๆ จะช่วยให้เราแข็งแกร่งขึ้นและประสบความสำเร็จในที่สุด

บทที่ 1 ตำนานของธุรกิจเครือข่ายการขายตรง

(The Legend of Direct Selling Network Business)

ทำไมต้องพบลูกค้าโดยตรง

การขายในสมัยก่อนแตกต่างกับการขายในสมัยปัจจุบันมากทีเดียว ในสมัยก่อนนั้นผู้ผลิตสินค้ามีน้อยราย สินค้าก็มีน้อยชิ้นไม่หลากหลายเหมือนในปัจจุบัน ผลิออกมาเท่าใดก็สามารถขายไปยังลูกค้าได้หมดในระยะเวลาอันสั้น เพราะการตลาดสมัยก่อนตลาดตกเป็นของผู้ขาย คือมีคนที่จะซื้อหรือคนที่จะใช้สินค้านั้นมีมากกว่าคนขายหรือผู้ผลิต ผู้ผลิตสินค้าผลิตเท่าใดก็สามารถขายได้หมด เนื่องจากมีผู้ผลิตน้อยกว่าผู้ซื้อนั่นเอง พอระยะหลังๆ นับตั้งแต่หลังจากเกิดการปฏิวัติอุตสาหกรรมขึ้นมา ก็มีเทคนิคการผลิตสินค้าโดยใช้เครื่องจักรแทนแรงงานซึ่งสามารถผลิตสินค้าได้มากขึ้น มากขึ้น มากแบบ หรือหลากหลายรายการตามที่ลูกค้าต้องการ จึงทำให้เกิดการแข่งขันในการนำสินค้าไปขายยังลูกค้า จึงทำให้ผู้บริโภคหรือลูกค้าสามารถเลือกซื้อ เลือกใช้สินค้าได้ตามใจตัวเอง ผู้ผลิตหรือผู้ขายจึงต้องใช้ยุทธวิธีในการนำเสนอสินค้าให้ลูกค้าตัดสินใจใช้สินค้าของตน ซึ่งก็มียุทธวิธีทางการตลาดหลายรูปแบบ เช่น กลยุทธ์การสร้างผลิตภัณฑ์ กลยุทธ์ในเรื่องราคา กลยุทธ์ในเรื่องช่องทางการจัดจำหน่าย และกลยุทธ์ในการส่งเสริมการขาย หรือเรียกให้ง่ายๆ ก็คือใส่สีสันและโฆษณาให้สินค้า ตลอดจนการลด แลก แจก แถม หรือบริการพิเศษต่างๆ ฯลฯ

การขายตรงเป็นการขายสินค้าที่ผู้ขายติดต่อเสนอขายสินค้าให้กับผู้ใช้สินค้าหรือผู้บริโภคโดยไม่ผ่านคนกลางหรือร้านค้าคนกลาง ยกตัวอย่างเช่น การจัดจำหน่ายหนังสือสารานุกรม (encyclopedia) ที่เจาะจงเป็นรายวิชา มีความละเอียดประณีตเฉพาะตัวของมันเอง หรือเครื่องสำอางที่จำเป็นต้องมีการบริการ การแนะนำเป็นรายบุคคล บางชนิดยังต้องควบกับบริการอื่นๆ เช่น มีการนัดหน้าให้ก่อนแล้วจึงขายสินค้าซึ่งทำให้เกิดการขายต่อเนื่องในระยะยาว หรือการขายเครื่องใช้ภายในครัวเรือน/บ้าน ก็มักจะมีการสาธิตและแนะนำวิธีการใช้ก่อนการเสนอขาย เป็นต้น

สำหรับธุรกิจในปัจจุบันและในอนาคต สินค้าและบริการหลายๆ ชนิดและหลายประเภท ส่วนใหญ่มักจะใช้ระบบและวิธีการขายโดยตรงเพื่อลดปัญหาและงบประมาณในการโฆษณา โดยหันมาจ่ายผลประโยชน์อย่างสูงให้กับนักขายและผู้บริหารงานขายตรงแทน ยิ่งในสภาวะเศรษฐกิจชะลอตัว ธุรกิจหลายๆ ประเภทได้ตระหนักและเห็นความสำคัญของการใช้พนักงานขายที่สรรหามาหรือว่าจ้างมาช่วยเร่งเร้ากระตุ้นหรือสร้างยอดขายแทนการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ ธุรกิจการขายโดยตรงจึงไม่มีวันดับหรืออับแสงลง ตราบใดก็ตามที่มนุษย์ยังต้องอาศัยปัจจัยสี่ในการดำเนินชีวิต

สรรพนามของนักขายตรง

นักขายโดยตรงถูกเรียกเป็นคำสรรพนามและคำศัพท์เฉพาะต่างๆ แล้วแต่ประเภทของธุรกิจและลักษณะของงานที่ทำอยู่ ยกตัวอย่างเช่น

พิธีกร สำหรับผู้แนะนำสินค้า เครื่องใช้ในครัวเรือน เช่น
พิธีกรทัฟเฟอร์แวร์

ที่ปรึกษาความงามหรือสาวจำหน่าย สำหรับธุรกิจ
เครื่องสำอาง เช่น ที่ปรึกษาความงามของบริษัทนุทรี สาวจำหน่าย
ของเอนอน หรือมิติน ฯลฯ

พนักงานแนะนำสินค้า สำหรับผู้ขายสินค้าที่ต้องสาธิตการใช้
สินค้า เช่น เครื่องใช้ไฟฟ้าต่างๆ

สมาชิก หลายๆ บริษัทใช้คำว่า " สมาชิก " เพราะเป็นคำ
กลางๆ ที่สามารถเรียกครอบคลุมสินค้าได้หลาย ๆ ตัว

ลูกค้า บางกิจการเรียกนักขายตรงว่าเป็นลูกค้า คือเมื่อสมัคร
เป็นลูกค้าจะได้สิทธิในการซื้อสินค้าราคาพิเศษและมีโอกาสหารายได้
พิเศษจากการขาย

ฝ่ายประชาสัมพันธ์ ฝ่ายโฆษณา หรือฝ่ายส่งเสริมการขาย
สำหรับธุรกิจสิ่งพิมพ์ สื่อมวลชน หรือโรงแรมห้องพัก สถานบันเทิง
ต่างๆ

ตัวแทน สำหรับการขายประกันชีวิตและประกันภัยต่างๆ

พนักงานขาย สำหรับสินค้าโดยทั่วไป

ฝ่ายส่งเสริมสมาชิก สำหรับการขายบัตรเครดิต หรือสมาชิก
ต่างๆ

แรกเริ่มเดิมทีที่มีการขายตรง

ถ้าหากเราจะกล่าวถึงลักษณะของธุรกิจการขายตรงว่าเริ่มต้น
ขึ้นเมื่อไรนั้น ดูเหมือนจะตอบได้ยาก เพราะในสมัยโบราณที่มีการ
แลกเปลี่ยนสินค้าระหว่างกัน เช่น นำอาหารไปแลกกับวัสดุเครื่องใช้
แทนการชำระเงิน ระหว่างคนต่อคนก็อาจถือได้ว่าเป็นการขายตรง
หรือแม้แต่การทำวัสดุ เครื่องใช้อาหาร แล้วไปวางขายหน้าร้านหรือ
หาบขายก็ถือได้ว่าเป็นการขายตรงอยู่แล้ว กล่าวกันว่าระบบการขาย
ตรงนี้ได้เริ่มต้นอย่างเป็นทางการเมื่อไม่กี่ร้อยปีที่ผ่านมานี้เอง

ระบบการขายตรงนี้ได้เกิดขึ้นมาเป็นเวลากว่า 100 ปีแล้ว
โดยเริ่มจากกลุ่มอาจารย์ในสหรัฐอเมริกา ที่มีความประสงค์จะทำงาน
เพิ่มขึ้นนอกเหนือจากชั่วโมงสอนในโรงเรียน ได้ออกแนะนำหนังสือ
สารานุกรมให้กับลูกศิษย์ตนเองโดยใช้ช่วงเวลาเย็นๆ หลังเวลาเลิก
งานและในวันหยุด ทำให้มีโอกาสดำเนินการได้พบปะพูดคุยกับผู้ปกครองของ
เด็กไปในตัว จนเป็นที่แพร่หลายอย่างกว้างขวาง ต่อมาก็มีอาจารย์บาง
ท่านเป็นผู้สันทัดในวิชาทางด้านเคมี ก็ได้ทดลองผลิตน้ำหอมแจก
เพื่อนฝูงญาติสนิทมิตรสหายของตนจนเป็นที่นิยมมากขึ้น จึงได้หันมา
เปิดกิจการทำน้ำหอมเพื่อการขายตรงแทนการจำหน่ายหนังสือ
สารานุกรม

ระยะหลังจากสงครามโลกครั้งที่ 2 มาจนถึงปัจจุบัน ก็มีนักธุรกิจหลากหลายอาชีพได้นำเอาระบบการขายสินค้าตรงมาใช้กันจนเป็นที่แพร่หลายอย่างมาก ดังที่ท่านทั้งหลายได้พบเห็นในบ้านเราได้แก่ เครื่องใช้ไฟฟ้าต่างๆ ฯลฯ

สำหรับการขายตรงในเมืองไทยนั้นเริ่มต้นมาจากธุรกิจประกันชีวิตก่อน โดยชาวต่างชาติได้นำเอาระบบและวิธีการขายประกันชีวิตมาเผยแพร่ในเมืองไทยก่อนสงครามโลกครั้งที่ 2 หลังจากนั้นก็มีหนังสือสารานุกรม เครื่องใช้พลาสติก เครื่องสำอาง ฯลฯ เข้ามาเผยแพร่ในบ้านเราเมื่อหลายสิบปีก่อน

ประเภทของธุรกิจการขายตรง

ผู้เขียนขอแบ่งประเภทของธุรกิจออกเป็น 3 รูปแบบคือ

1.แบ่งจากผลิตภัณฑ์หรือบริการ

การแบ่งจากผลิตภัณฑ์หรือบริการ จะดูจาก

1.ประเภทจำหน่ายสินค้า มี 2 ลักษณะคือ

1.สินค้าอุปโภคบริโภค เช่น เครื่องสำอาง อาหารเสริม เครื่องใช้ภายในบ้าน ฯลฯ

2.สินค้าที่เป็นสินทรัพย์ถาวร เช่น รถยนต์ บ้าน ที่ดิน คอนโดมิเนียม ที่พักตากอากาศ ฯลฯ

2.ประเภทการให้บริการ

สำหรับการให้บริการ ได้แก่ บัตรเครดิต บัตรสมาชิกต่างๆ การศึกษาต่อ / พิเศษ การท่องเที่ยวเดินทาง การสัมมนาต่างประเทศ ฯลฯ

3.ประเภทพิเศษ

ในประเภทพิเศษ ได้แก่ ประกันภัย ประกันชีวิต ธุรกิจการเงิน ฯลฯ

สำหรับแนวโน้มของการเจริญเติบโตในธุรกิจประเภทต่างๆ เราพอจะจัดอันดับได้ว่าธุรกิจประเภทจำหน่ายสินค้าเจริญเติบโตเป็นอันดับหนึ่ง เพราะเป็นส่วนของปัจจัยที่เป็นพื้นฐานของมนุษย์ทุกคน ส่วนอันดับสองก็คือประเภทพิเศษ ได้แก่ ธุรกิจประกันชีวิต สำหรับอันดับสามคือประเภทการให้บริการ ซึ่งเพิ่งเข้ามาเจริญเติบโตในเมืองไทยไม่กี่ปีนี้เอง

แบ่งจากระบบการขายตรง

การแบ่งจากระบบการตรงนั้น จะแบ่งเป็น3 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 เบิกจ่าย ยืม สินค้าให้ทีมงาน การรับรอง หรือคำประกันบุคคลในทีมงาน ฯลฯ

6.ข้อบังคับที่สำคัญ ถึงแม้ว่าการขายตรงในระบบชั้นเดียวจะไม่มี การบังคับเรื่องของเวลาในการทำงานก็ตาม แต่เมื่อมีการประชุมครั้งใดๆ ก็ตาม ผู้บริหารขายตรงจะขาดการประชุมมิได้และ ถือเป็นสิ่งสำคัญด้วย ถ้าหากหัวหน้าผู้จัดการทีมขายตรงขาดการประชุม จะถูกหักผลประโยชน์ออกไป

ตัวอย่างโครงสร้างในระบบขายตรงแบบชั้นเดียว

คุณจะได้

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

เช่น เงินเดือน 7,000 บาท ค่าบริหารงานขาย 3 - 5

เปอร์เซ็นต์ ค่านายหน้า 25 เปอร์เซ็นต์

2. ระบบการขายตรงแบบหลายชั้น (multi level system)

แนวความคิดการขายตรงแบบหลายชั้น เกิดขึ้นที่

สหรัฐอเมริกาเป็นครั้งแรก โดยถือกันว่าแนวคิดนี้เป็นผลพวงที่เกิดมาจากร้านลูกโซ่หรือที่เรียกว่าร้านแฟรนไชส์ที่แพร่หลายกันอยู่ทุกวันนี้ ร้านแฟรนไชส์เป็นลักษณะการบริหารแบบลูกโซ่หรือนำเอาธุรกิจตราหรือยี่ห้อ และระบบวิธีการขายที่ประสบความสำเร็จอยู่ในขณะนั้นมาถ่ายทอดวิธีการขายให้แก่ร้านใหม่ที่ตั้งขึ้นเพื่อขายสินค้าประเภท

เดียวกัน คล้ายร้านค้าในเมืองไทย เช่น เซเว่นอีเลฟเว่น, แวนที่อปเจริณ, แม็คโดนัลด์ ฯลฯ ต่อมาจึงมีการนำเอาวิธีการนี้มาถ่ายทอดให้นักขายตรง ซึ่งวิธีนี้เราเรียกว่าการขายตรงแบบหลายชั้น

ลักษณะของงานขายตรงแบบหลายชั้น

1. การไต่บันไดขึ้นสู่ผู้บริหารทีมขาย เริ่มจากฐานล่างคือในระดับล่างก่อน โดยมีรายได้จากค่าคอมมิชชั่นในระดับสูงหรือตามสัดส่วนของยอดขายส่วนตัวหรือของสมาชิกในกลุ่มของตน

2. ผู้นำกลุ่มในระบบ MLM หรือระบบหลายชั้น ไม่มีเงินเดือนไม่มีเป้าหมายจากบริษัทของตน แต่ผู้นำกลุ่มจะต้องวางแผนสร้างความเจริญเติบโตให้กับตนเองและคนในทีมงานด้วยระบบการตลาดที่เอื้ออำนวย

3. ระบบการตลาดที่เอื้ออำนวยก็คือ สมาชิกเปรียบเสมือนลูกค้า และลูกทีมก็คือสมาชิก ผู้นำขายตรงระบบนี้จะสอนให้ทำเหมือนๆ กันคือ ให้ชักชวนสมาชิกที่เรียกว่าการรีครูตหรือผู้สนับสนุน (sponser) ให้ทำตามแบบอย่างวิธีการเหมือนๆ กันกับคือชวนมาท่านละ 3 - 5 คนที่เป็นดาวน์ไลน์หรือลูกทีมใกล้ชิดที่สุด

4. โดยบริษัทมีโครงสร้างเป็นผลประโยชน์ที่เรียกว่าแผนการตลาดในช่วง 10 - 50 เปอร์เซ็นต์โดยประมาณ ให้กับสมาชิกและผู้บริหารขายตรงในระบบนี้ตามระดับต่างๆ โดยเฉลี่ยแล้วมักไม่ต่ำกว่า 5 ระดับ

3.ระบบการขายตรงแบบพีระมิด (pramid system)

ระบบนี้กล่าวกันว่าไม่ค่อยมีการนิยมใช้ และถูกมองว่าเป็นระบบและวิธีการที่ไม่ค่อยชอบมาพากล ผิดกฎหมาย และเอาเปรียบผู้สมัครขายตรง ลักษณะของระบบนี้คือ

1. มักจะมีการเก็บค่าสมัครเป็นผู้จำหน่ายตรงในราคาที่สูงและ ไม่มีการคืนให้จนกว่าจะได้ผลงานตามเป้าหมาย หรือไม่คืนโดยถือว่าเป็นค่าใช้จ่ายในการสอนงานหรือค่าอุปกรณ์

2. ใครเข้าทำงานก่อนจะได้รับตำแหน่งก่อนตามระบบอาวุโส โดยไม่ได้ใช้ความสามารถส่วนตัวเท่าใดนัก และผลงานของตนคือ ผลงานของลูกค้าที่โอนมานั่นเอง

3. การรักษาผลงานหรือการรักษาตำแหน่งนั้นไม่มีโครงสร้างผลงานส่วนตัวบังคับ คล้ายกับว่ามีขึ้นแล้วลงยาก

ระบบนี้แทบจะเรียกได้ว่าไม่มีการใช้ในธุรกิจขายตรงของ เมืองไทยเลยนับตั้งแต่มีระบบการขายตรงแบบหลายชั้นเข้ามาเผยแพร่ ในเมืองไทย เพราะจุดอ่อนและข้อจำกัดมีมากมาย

แบ่งจากแผนการตลาด

การแบ่งประเภทการขายตรงโดยดูจากแผนการตลาดก็จะ แบ่งเป็นรูปแบบเช่นกันคือ

1. แผนการตลาดแบบชั้นเดียวหรือสายเดียว (single line)

รูปแบบแผนการตลาดแบบชั้นเดียว (Single-level marketing หรือ SLM) คือ รูปแบบการขายตรงที่ตัวแทนจำหน่ายจะได้รับค่า คอมมิชชั่นจากยอดขายของตนเองเท่านั้น โดยไม่มีการสร้างเครือข่าย หรือได้รับค่าตอบแทนจากการแนะนำคนอื่นเข้ามาเป็นตัวแทน จำหน่าย การทำงาน: ตัวแทนจำหน่ายจะขายสินค้าหรือบริการให้กับ ลูกค้าโดยตรง โดยอาจใช้วิธีการต่างๆ เช่น การสาธิตสินค้า การขาย

ออนไลน์ หรือการขายผ่านแคตตาล็อก **คำตอบแทน:**ตัวแทนจำหน่าย จะได้รับค่าคอมมิชชั่นจากยอดขายที่ตนเองทำได้ ซึ่งอาจเป็น เปอร์เซ็นต์ของยอดขาย หรือคำตอบแทนที่กำหนดไว้

รูปแบบแผนการตลาดแบบชั้นเดียวหรือสายเดียวนี้เป็นของบริษัทเพาเวอร์ ซุปเปอร์สตาร์ จำกัด ได้นำมาใช้ในประเทศไทยก่อน ปัจจุบันไม่มีแล้วครับ สำหรับวิธีการรับผลประโยชน์

1.สมัครสมาชิกและแนะนำ 2 ,นับลงไป 60 รหัส จะได้รับ 1

Win

2.ลูกทีม A หรือB ทำได้ 1 Win ตัวท่านแนะนำเพิ่ม 1 จะได้

1 Win

3.ลูกทีม A หรือB ทำได้ทุก ๆ 2 Win ตัวท่านจะได้รับ 1

Win

2.แผนการตลาดแบบไบนารี (binary)

การขายในรูปแบบไบนารีนี้ บริษัท E. Y. I (Essentially Industries (Thailand) Co., Ltd) เป็นบริษัทที่นำสินค้าอาหารเสริมเพื่อลดความอ้วนเข้ามาเผยแพร่โดยผู้จำหน่ายตรง เป็นที่ครีโกรม ในราวคันปี พ.ศ. 2542

3.แผนการตลาดแบบเครือข่าย

แผนการตลาดแบบเครือข่ายนี้มีบริษัทขายตรงต่างๆ ใช้กันอย่างกว้างขวาง บริษัทที่เป็นต้นแบบในการใช้แผนการตลาดแบบนี้คือบริษัทแอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด

แนวคิดจากระบบการขายตรงตามแบบเครือข่ายหรือระบบขายตรงหลายชั้นนี้ 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 นอกจากอยู่กับโทรศัพท์ ตลอด 24 ชั่วโมง
- เลขานุการจะต้องมีหมายเลขโทรศัพท์ของสมาชิกทุกคน
- เลขานุการจะต้องเสียเวลาหมุนโทรศัพท์ เสียเวลาแจ้งข่าว และคอยจนกว่าอีกฝ่ายจะมารับโทรศัพท์

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

- เลขานุการแอ้งไม่ทัน
- ใช้เวลามากมาย
- วันต่อมาอาจลาออก

วิธีที่ 2 ถ้าเลขานุการแอ้งให้หัวหน้ากลุ่มหรือเพื่อนสนิทของสมาชิกทราบ โดยเลขานุการแอ้งข่าวทางโทรศัพท์เพียง 5 ท่าน และให้อีก 5 ท่านแอ้งข่าวต่อไปอีก 5 ท่าน คือสรุปว่าทุกคนที่ทราบข่าวแล้วให้แอ้งข่าวต่ออีกคนละ 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 หรือสินค้าไหนให้ร่ำรวย ผู้เขียนก็ขอตอบ 2 ประเด็นที่จะทำให้ร่ำรวยเร็ว รวยแรง และรวยรวด คือดูจากสินค้าและแผนการตลาด

สินค้า

จะขายสินค้าประเภทใดดี ซึ่งก็ขึ้นอยู่กับตัวเรา โดยพิจารณา
ที่

1. วัฏจักรของสินค้า ดูว่าวัฏจักรสินค้านั้นอยู่ในยุคใด
มีผู้คนสนใจหรือไม่ เป็นสินค้าที่เก่าหรือใหม่ สินค้าอยู่ในยุคเสื่อม
ยุคเจริญ หรือจำเป็นหรือไม่
2. ชอบพูดมากกว่าสาธิต/แสดงสินค้า ถ้าชอบพูดมากกว่าก็
น่าจะเป็นสินค้าประเภทอาหารเสริม เครื่องประดับ หรือขายสินค้าที่
มีสินค้าให้ผู้มุ่งหวังเลือกอย่างหลากหลาย
3. พึ่งพูดและสาธิตผลิตภัณฑ์หรือสินค้า มีสินค้าในธุรกิจขาย
ตรงส่วนใหญ่ต้องใช้การแสดงหรือสาธิต เช่น เครื่องสำอาง
เครื่องครัว น้ำยาทำความสะอาด ฯลฯ ซึ่งเราสามารถใช้สื่อเป็น
เครื่องมือช่วยขายได้ เช่น VCD, DVD หรือ VDO ช่วยพูดและ
สาธิตแทนเรา

แผนการตลาด

ดูว่าแผนการตลาดของบริษัทหรือสินค้านั้นๆ เปิดโอกาสให้
เราได้ทำธุรกิจขายตรงได้อย่างไร รวดเร็ว และร่ำรวยหรือไม่ ผู้เขียน
ขอแสดงความคิดเห็นดังนี้

1. แผนการตลาดแบบสร้างสายเดี่ยว นักขายตรงเรียกว่าสร้าง
สายงานให้ยาวแบบด้ามท่อเรือ การสร้างสายงานแบบนี้แม้มีคนรู้จัก
มากก็ต้องมีผู้สนับสนุนชักชวนผู้คนต่อลงไปเรื่อยๆ ใช้ดาว์นไลน์หรือ
สายงานของเราเพื่อสร้างแรงจูงใจให้ทีมงานเราสนับสนุนและชักชวน

ต่อไปให้ลึกลงไปอีก แต่วิธีนี้ส่งเสริมให้ผู้ทำงานขายตรงไม่ค่อยชอบที่จะเป็นผู้สนับสนุน แต่อาจจะเหมาะสมสำหรับผู้ที่เกี่ยวข้องสนับสนุนหรือสปอนเซอร์ผู้คนเข้าสู่ถนน MLM

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

เรา

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 มียอดขาย 10,000 บาท ขึ้นไป แต่จากบทเรียนที่ต่างประเทศ เช่น ไต้หวัน ที่มีการแข่งขันในธุรกิจขายตรงอย่างมาก โดยเฉพาะแข่งขันกันที่แผนการตลาดแบบไบนารีนี้ จากการแข่งขันทำให้ผู้นำโดยไม่ได้คำนึงว่ายอดสายงานซีก

ซ้ายกับซีกขวาจะต้องสมดุลเสมอไป หลายๆ บริษัทที่ใช้แผนการตลาดแบบไบนารีที่ไม่จำเป็นต้องมียอดขายที่สมดุลนั้นจำเป็นต้องยุติกิจการลงไป

3.แผนการตลาดแบบเครือข่าย ตามที่กล่าวไปแล้วในเรื่องแผนการตลาด สองแบบแรกตามลำดับคือ สร้าง 1 สายงานกับสร้าง 2 สายงาน สำหรับแผนการตลาดแบบเครือข่าย คือผู้นำส่วนใหญ่จะแนะนำให้สร้างทีมงานหรือสายงาน 3 สายงานขึ้นไปให้รวดเร็ว แผนการตลาดแบบนี้บริษัทในประเทศไทยมากกว่า 70 เปอร์เซ็นต์ใช้กันในการทียอดขาย เนื่องจากยุคสมัยที่เปลี่ยนไปคนในธุรกิจเครือข่ายส่วนใหญ่จะหันไปสนใจหรือใช้แผนการตลาดแบบไบนารีกันมากขึ้นนั่นเอง.

ผู้เขียนขอสรุปว่าการเลือกตัดสินใจทำธุรกิจกับผลิตภัณฑ์สินค้า หรือบริษัทใดให้รวดเร็ว รวยแรง และรวยรวดนั้น ไม่ใช่เรื่องสำคัญ ปัญหาที่อยู่ที่ว่า เรากล้าที่จะลงมือกระทำอย่างสม่ำเสมอหรือไม่ ให้คิดใหม่ได้ใหม่ว่าเราจะทำงานอย่างไม่ยอมหยุด แม้มีช่วงมาจุดจะไม่ยอมหยุดทำงานขายตรง

บทที่ 2 การตลาดระบบเครือข่ายสมัยใหม่

(Modern Network Marketing)

การตลาดระบบเครือข่ายสมัยใหม่ หรือ Multi-Level Marketing (MLM) ในยุคดิจิทัลมีการปรับตัวและใช้เทคโนโลยีมากขึ้น เพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป โดยยังคงเน้นการสร้างเครือข่ายผู้บริโภครุ่นใหม่และตัวแทนจำหน่ายอิสระ ในขณะเดียวกันก็มีการนำกลยุทธ์การตลาดออนไลน์มาปรับใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายและสร้างยอดขาย การปรับตัวของ MLM ในยุคดิจิทัล

การตลาดออนไลน์:

การใช้โซเชียลมีเดีย, SEO, Google Ads, อีเมล, และ Influencer Marketing เพื่อเข้าถึงลูกค้าเป้าหมายได้กว้างขวางและตรงจุด

การสร้างประสบการณ์ที่ดี:

มุ่งเน้นการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าและการสร้างประสบการณ์ที่ดีในการซื้อสินค้าและบริการ

การใช้ข้อมูล:

การวิเคราะห์ข้อมูลลูกค้าเพื่อทำความเข้าใจความต้องการและความชอบของลูกค้า และนำข้อมูลมาปรับปรุงกลยุทธ์ทางการตลาด

การสร้างความน่าเชื่อถือ:

การสร้างความน่าเชื่อถือให้กับแบรนด์และผลิตภัณฑ์ โดยการให้ข้อมูลที่ถูกต้องและโปร่งใส

การใช้เทคโนโลยี:

การใช้ซอฟต์แวร์ MLM เพื่อจัดการเครือข่ายตัวแทนจำหน่าย, การจ่ายค่าคอมมิชชั่น, การจัดการความภักดีของลูกค้า, และการตลาดแบบอัตโนมัติ

ข้อดีของการตลาดระบบเครือข่ายสมัยใหม่:

เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้กว้าง:

การใช้ช่องทางออนไลน์ช่วยให้เข้าถึงลูกค้าได้ทั่วโลก

ต้นทุนต่ำ:

การลงทุนเริ่มต้นต่ำเมื่อเทียบกับการเปิดร้านค้าแบบเดิม

ความยืดหยุ่น:

สามารถทำงานได้ทุกที่ทุกเวลา

โอกาสในการสร้างรายได้:

มีโอกาสสร้างรายได้จากการขายและจากการสร้างเครือข่าย

การพัฒนาตนเอง:

การทำงานในระบบเครือข่ายช่วยพัฒนาทักษะและความสามารถต่างๆ

ข้อควรระวัง:

การหลอกลวง:

ควรระวังบริษัทที่เน้นการระดมทุนมากกว่าการขายสินค้า
การสร้างเครือข่ายที่ไม่ยั่งยืน:

ควรสร้างเครือข่ายบนพื้นฐานของการขายสินค้าและบริการ
ที่มีคุณภาพ

สรุป: การตลาดระบบเครือข่ายสมัยใหม่มีการปรับตัวและใช้
เทคโนโลยีมากขึ้น เพื่อให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของตลาด
และพฤติกรรมผู้บริโภค การทำความเข้าใจกลยุทธ์การตลาด
ออนไลน์ และการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าเป็นสิ่งสำคัญในการ
ประสบความสำเร็จ

การตลาดแบบหลายระดับคืออะไร?

MLM, การตลาดเครือข่ายหรือการขายตรง เป็นรูปแบบ
ธุรกิจที่ผู้จำหน่ายอิสระขายผลิตภัณฑ์หรือบริการโดยตรงให้กับ
ผู้บริโภค พร้อมกับสรรหาผู้จำหน่ายรายใหม่เข้าสู่เครือข่าย ภายใต้
รูปแบบนี้ ผู้จำหน่ายจะได้รับรายได้จากสองแหล่งหลัก คือ ยอดขาย
ส่วนบุคคล และค่าคอมมิชชั่นจากยอดขายของผู้ที่รับสมัคร (หรือที่
เรียกว่า "ดาวเน็ต")

สิ่งนี้สร้างศักยภาพในการสร้างรายได้หลายระดับ โดยผู้ที่มี
ตำแหน่งสูงกว่าจะได้รับรายได้จากหลายระดับที่ต่ำกว่า นั่นเป็น
เหตุผลที่คนทั่วไปมักสับสนระหว่าง MLM กับธุรกิจแบบพีระมิด