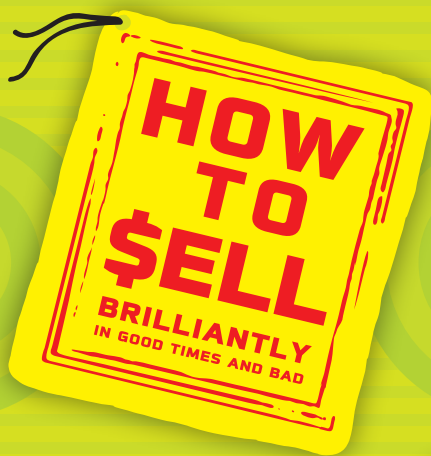


เคล็ดลับ **ขายเก่ง! ขายได้! ขายดี!**  
ปิดการขายได้ทันใจ เพิ่มยอดขายทะลุเป้า!

# ขาย ขั้นเทพ

NICHOLAS BATE



เหมาะสำหรับ **นักขาย ทีมขาย และองค์กรธุรกิจ**  
ที่ต้องการเพิ่มยอดขายและทำกำไรทะลุเป้า!

อ่านเข้าใจง่าย ขายเป็นทันที!

**เพิ่มกำไร!**  
**ยอดขาย**  
**ทะลุเป้า!**

เคล็ดลับ ขายเก่ง ! ขายได้ ! ขายดี !  
ปิดการขายได้ทันใจ ! เพิ่มยอดขายทะลุเป้า !



# ขาย ขั้นเทพ

เหมาะสำหรับนักขาย ทีมขาย และองค์กรธุรกิจ  
ที่ต้องการเพิ่มยอดขายและทำกำไรทะลุเป้า !  
อ่านเข้าใจง่าย ขายเป็นทันที !

เพิ่มกำไร!  
ยอดขาย  
ทะลุเป้า!

## ขายขิ้นเทพ

แปลและเรียบเรียงจาก How to Sell Brilliantly in Good Times and Bad

ผู้เขียน : Nicholas Bate

ผู้แปล : ปราณี พุ่มบางป่า

ราคา 150 บาท

พิมพ์ครั้งที่ 1 : มีนาคม 2556

**HOW TO SELL BRILLIANTLY IN GOOD TIMES AND BAD  
BY NICHOLAS BATE**

Copyright © Nicholas Bate 2010  
All rights reserved.

Thai edition copyright © 2013 by Expernet Co., Ltd.  
All rights reserved.

สงวนลิขสิทธิ์โดย : บริษัท เอ็กซ์เปอร์เน็ต จำกัด

จัดพิมพ์และ

จัดจำหน่ายโดย : **บริษัท เอ็กซ์เปอร์เน็ต จำกัด**

2387 อาคารรวมทุนพัฒนา ถนนเพชรบุรีตัดใหม่

แขวงบางกะปิ เขตห้วยขวาง กรุงเทพฯ 10310

โทร. 0-2718-1821 (10 คู่สาย)

แฟกซ์ : 0-2718-1831, 0-2318-4809

<http://www.expernetbooks.com>

e-mail: [public@expernetbooks.com](mailto:public@expernetbooks.com)

พิมพ์ที่ : ส.เอเชียเพรส (1989) จำกัด

โทร. 0-2732-3101-6

ข้อมูลทางบรรณานุกรมหอสมุดแห่งชาติ  
เบต, นิโคลัส.

ขายขิ้นเทพ.--กรุงเทพฯ : เอ็กซ์เปอร์เน็ต, 2556.

180 หน้า.

1. การขาย. I. ปราณี พุ่มบางป่า, ผู้แปล. II. ชื่อเรื่อง.

658.81

ISBN 978-974-414-267-2

หากมีข้อผิดพลาดเนื่องจากการพิมพ์ สามารถนำมาเปลี่ยนได้ที่สำนักพิมพ์เอ็กซ์เปอร์เน็ต  
ในกรณีที่ต้องการซื้อเป็นจำนวนมาก เพื่อใช้ในการสอน การฝึกอบรม การส่งเสริมการขาย  
หรือเป็นของขวัญพิเศษ กรุณาติดต่อสอบถามราคาพิเศษได้ที่ โทร. 0-2718-1821 (10 คู่สาย)

# สารบัญ

หน้า

บทนำ	5
บทที่ 1 ทาลูกค้ารายใหม่	9
บทที่ 2 ตรวจสอบคุณสมบัติ จัดลำดับและติดตาม ลูกค้ารายใหม่	23
บทที่ 3 ถามคำถาม	35
บทที่ 4 ฝึกฝนทักษะการขาย	47
บทที่ 5 ทำความเข้าใจ พัฒนา และจับลูกค้า ให้อยู่หมัด	55
บทที่ 6 ดึงดูดลูกค้าด้วยการแสดงให้เห็นว่าคุณทำได้	65
บทที่ 7 ปิดการขาย	77
บทที่ 8 จัดการคำปฏิเสธ	85
บทที่ 9 การต่อรอง	95
บทที่ 10 การบริหารจัดการลูกค้า	103

บทที่ 11	ความสามารถในการรับมือกับความเครียด	113
บทที่ 12	เป็นผู้นำทีม	123
บทที่ 13	A-Z หัวใจสำคัญในการขาย	131
บทที่ 14	หลักการตลาดที่ช่วยดึงดูดลูกค้า	149
บทที่ 15	10 แนวคิดกระตุ้นธุรกิจ	155
บทที่ 16	คุณต้องแตกต่าง	161
บทที่ 17	แผนการดำเนินงาน	171
บทที่ 18	หนังสืออ่านเพิ่มเติม	177
บทส่งท้าย		179

## บทนำ

### **การขายคือหัวใจที่สำคัญที่สุดในธุรกิจ ผมพูดเกินไปหรือเปล่า ?**

ก็อาจจะใช่ แต่คุณก็คงรู้ดีอยู่แล้ว และนั่นคือเหตุผลที่ทำให้เราจัดทำหนังสือที่รวบรวมแนวคิดและแนวปฏิบัติที่ดีที่สุดและใหม่ล่าสุดที่เกี่ยวข้อง ไม่ใช่เฉพาะด้านการขายเพียงทั่วไปแต่เป็นการขาย ในภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ ถ้าคุณไม่เคยขายอะไรมาก่อนเลย หนังสือเล่มนี้จะบอกคุณว่าคุณต้องทำอะไรบ้าง ถ้าคุณเป็นนักขายที่เก่งอยู่แล้ว แต่พบว่าการขายในสภาพเศรษฐกิจปัจจุบันเป็นเรื่องยาก คุณก็จะพบวิธีพัฒนาทักษะของตนเองให้ดียิ่งขึ้น และถ้าทีมงานของคุณเสียโอกาสดีๆ ไปเยอะและปล่อยให้กำไรหลุดลอยไปอยู่ในมือผู้อื่น คุณก็ควรอ่านหนังสือเล่มนี้เดี๋ยวนี้ !

เรานำเสนอคำพูดที่คุณสามารถนำไปใช้ในการจัดการกับข้อโต้แย้งเรื่องราคาได้ รวมทั้งเทคนิคด้านการตลาดที่ตรงจุด ต้นทุนต่ำและนำไปปฏิบัติได้ง่ายใช้ได้ทันที เพื่อช่วยให้คุณพิจารณาได้ว่าใครมีศักยภาพที่จะซื้อบ้าง นอกจากนี้ยังมีคำแนะนำพิเศษสำหรับผู้ที่ยากพัฒนาทีมนักขายของตนให้มีศักยภาพสูงสุด รวมทั้งคำตอบในส่วนถาม - ตอบในตอนท้ายของทุกบท โดยหนังสือเล่มนี้จะช่วยให้คุณเป็นสุดยอดในการ

❶ หาลูกค้ารายใหม่

❷ รักษาลูกค้าปัจจุบัน

❸ จัดการกับคำปฏิเสธ เช่น “ไม่มีงบประมาณ” “ราคาแพงเกินไป” และ “คุณไม่รู้หรือว่าตอนนี้ธุรกิจกำลังตกต่ำ”

- ๕ โน้มน้าวใจโดยใช้อีเมล ข้อเสนออย่างเป็นทางการและฟรีเซนเทชั่น
- ๕ ทำให้คุณแน่ใจว่าคุณมีคุณสมบัติโดดเด่นไม่เหมือนใคร
- ๕ เอาชนะคู่แข่งได้
- ๕ ต่อรอง - ไม่ขายอมลตราค่าให้อยู่เรื่อย !
- ๕ ทำให้การพูดคุยกับลูกค้าเป้าหมายเป็นการสื่อสารที่มีคุณภาพ
- ๕ ทำกำไรอย่างต่อเนื่อง
- ๕ ประมาณการยอดขาย ปิดการขายได้ทันเวลาและตรงเวลา
- ๕ สามารถรับมือกับความกดดันต่างๆ ได้

นอกจากนั้นหนังสือเล่มนี้ยังให้ข้อแนะนำดี ๆ ในเรื่อง

- ๕ การสร้างแรงบันดาลใจให้กับทีมงาน
- ๕ การสร้างความแตกต่างให้มากขึ้น

เนื้อหาในหนังสือเล่มนี้ครอบคลุมทุกประเด็นที่จะทำให้คุณเป็นสุดยอดนักขายแม้ในสถานการณ์ที่ย่ำแย่ที่สุด

และที่สำคัญที่สุดก็คือ แนวคิดที่นำเสนอในหนังสือเล่มนี้ตรงประเด็นและนำไปปฏิบัติได้ไม่ว่าคุณจะทำธุรกิจให้บริการเช็คกระจกที่มี

พนักงานเพียง 4 คน เป็นที่ปรึกษาอิสระ หรือมีหน้าที่ดูแลยอดขายของบริษัทที่มีสาขาทั้งในยุโรป ตะวันออกกลาง และแอฟริกา

โดยในแต่ละบทจะเป็นการปูพื้นฐานสำคัญของการขาย ถ้าคุณไม่เคยขายมาก่อน คุณจะเรียนรู้ได้อย่างรวดเร็ว คุณอาจเลือกอ่านเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับคุณมากที่สุดก็ได้

ในบทที่ 13 เป็นการสรุปเนื้อหาเพื่อให้แน่ใจว่าคุณไม่ได้พลาดอะไรไปใน 12 บทแรก หรืออาจใช้เป็นบทบทวนแนวคิดกับเพื่อนร่วมงานหรือทีมงานก็ได้ บทที่ 14 เป็นรายการตรวจสอบที่จะทำให้คุณไม่พลาดเทคนิคการตลาดและพื้นฐานการขาย บทที่ 15 - 16 ให้ตัวอย่างวิธีสำคัญๆ ที่จะสร้างความแตกต่างให้กับธุรกิจ ซึ่งคุณจะได้เห็นว่ามันเป็นสิ่งที่สำคัญต่อความสำเร็จของธุรกิจมากเพียงใด บทที่ 17 นำเสนอกลยุทธ์ที่จะขึ้นในการนำแนวคิดต่างๆ ไปใช้ในทางปฏิบัติอย่างรวดเร็วและการพลิกโฉมธุรกิจ และบทที่ 18 จะบอกแหล่งข้อมูลที่เป็นประโยชน์ ถ้าคุณอยากรู้รายละเอียดแบบเจาะลึกยิ่งขึ้น

ถ้าคุณตัดสินใจว่าถึงเวลาแล้วที่คุณจะเป็นยอดนักขาย ก็เริ่มต้นกันได้เลย





u n ที่

# 1

## หาลูกค้ารายใหม่



### ทำไมการหาลูกค้ารายใหม่จึงเป็นเรื่องสำคัญ ?

หากคุณลองพิจารณาธุรกิจและข่าวสารต่างๆ ให้ดี บางทีคุณอาจจะพอเข้าใจได้ว่าพนักงานขายต้องทุ่มเทเวลาและพลังงานในแต่ละวันมากแค่ไหน ทั้งในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า การเพียรพยายามเพื่อให้ลูกค้าเซ็นสัญญาธุรกิจ การจัดการกับปัญหาลูกค้าที่ค้างชำระมานาน และการจ่ายชำระหนี้ แต่ที่น่าวิตกกังวลก็คือ พนักงานขายมักไม่มีแบบแผนมากนักในการวางแผนและเตรียมการเพื่อหาลูกค้ารายใหม่ในสัปดาห์ถัดไป เดือนถัดไป ไตรมาสถัดไป และแน่นอนว่าไม่มีใครคิดถึงเรื่องการหาลูกค้ารายใหม่ในปีถัดไปเลย ในช่วงธุรกิจขาขึ้น หากพูดกันอย่างตรงไปตรงมา สิ่งที่เราต้องทำมีเพียงแค่รับโทรศัพท์และรับแฟกซ์ใบสั่งซื้อ เมื่อเราเปิดประตูร้านออกไป ลูกค้าก็จะยืนรอเราอยู่ตรงหน้าอย่างน่าอัศจรรย์ แต่น่าเศร้าที่ในช่วงธุรกิจซบเซา เมื่อเราเปิดประตูร้านออกไป กลับไม่มีลูกค้าเลยสักคน เราจึงต้องทุ่มเทเวลา เพียรพยายามและให้ความสำคัญกับการหาลูกค้ารายใหม่ซึ่งเป็นเรื่องสำคัญอย่างยิ่งและเป็นทักษะที่ขาดไม่ได้ และนี่คือทางลัด 10 ประการที่จะทำให้คุณหาลูกค้ารายใหม่ได้ไม่ยาก



## 10 วิธีหาลูกค้ารายใหม่

วิธีการดีๆ ที่จะช่วยให้คุณหาลูกค้ารายใหม่ได้ ไม่ว่าเศรษฐกิจจะเป็นเช่นไรก็ตาม

### 1 สอบถามจากลูกค้าที่ซื้อของคุณ

เมื่อลูกค้าซื้อของคุณแล้ว ให้ถามลูกค้าของคุณว่า “ผมน่าจะไปติดต่อใครได้อีกบ้าง” ทั้งคนที่ติดต่อกับเขาทางธุรกิจและติดต่อกันเรื่องทั่วไป ลองพยายามขออีเมลและเบอร์โทรศัพท์ของคนที่คุณควรจะต้องติดต่ออย่างน้อยหนึ่งคนจากลูกค้าทุกรายที่คุณขายได้ และให้ถามลูกค้าของคุณว่าคุณจะสามารถอ้างอิงถึงเขาได้หรือไม่

### 2 สอบถามจากลูกค้าที่ไม่ซื้อของคุณ

ถ้าคุณพลาดจากลูกค้ารายใดก็ตาม ขอให้คุณยังมีความหวังว่าเขาจะยังติดต่อกับคุณอยู่และอาจเห็นประโยชน์ในสินค้าของคุณ แต่การที่เขาไม่ได้เป็นลูกค้าของคุณในตอนนี้อาจเป็นเพราะว่ายังไม่ถึงเวลา ให้คุณถามเขาว่า “มีใครที่ผมควรจะต้องติดต่อได้อีกบ้างไหม” ซึ่งการทำเช่นนี้คุณก็ไม่ได้เสียอะไร มีแต่จะได้กับได้เท่านั้น

### 3 ประเมินการขายทุกครั้งที่คุณขายได้

อย่าคิดไปเองว่าคุณรู้เหตุผลที่คุณขายได้ คุณอาจคิดว่าเป็นเพราะสินค้าของคุณมีราคาเยอหรือเป็นเพราะคุณลดราคาให้เขาจนคุณแทบจะขาดทุน บางทีลูกค้าอาจซื้อสินค้าของคุณเพราะคุณเป็นคนในพื้นที่นั้นก็ได้ ฉะนั้น ขอให้คุณถามลูกค้าว่าเขาซื้อสินค้ากับคุณเพราะอะไร เขาอาจไม่ได้บอกเหตุผลกับคุณทั้งหมด แต่หากคุณรู้จักถามให้มากพอคุณก็จะเข้าใจเหตุผลหลักๆ ได้ และให้คุณนำข้อมูลเหล่านั้นมาปรับใช้เพื่อเปิด

โอกาสทางธุรกิจใหม่ ๆ ซึ่งอาจเป็นธุรกิจในพื้นที่ของคุณที่คุณคุ้นเคยอยู่แล้วก็เป็นได้

#### 4 สอบถามลูกค้าขาประจำของคุณ

ลูกค้าเหล่านี้เป็นลูกค้าที่มีความพึงพอใจในสินค้าของคุณ มีความน่าเชื่อถือและยินดีที่จะชำระค่าสินค้า พวกเขาเป็นลูกค้าของคุณมานานหลายปีจนคุณแทบไม่ต้องคุยเรื่องธุรกิจกับพวกเขาเลย แต่ตอนนี้ถึงเวลาที่คุณต้องเริ่มแล้ว คุณต้องไปหาข้อมูลและรู้ให้ได้ว่าลูกค้าของคุณเหล่านี้รู้จักใครในธุรกิจบ้าง บางทีโอกาสที่คุณจะขายสินค้าอาจมาจากลูกค้าของคุณเองก็ได้ ฉะนั้นให้คุณเริ่มถามตั้งแต่ตอนนี้

#### 5 ทำให้การซื้อสินค้าเป็นเรื่องง่าย

เว็บไซต์ของคุณอัปเดตหรือเปล่า ? ลูกค้าสามารถสั่งซื้อสินค้าทางโทรศัพท์ อีเมลหรือแฟกซ์ได้หรือไม่ ? การรับชำระค่าสินค้าด้วยบัตรเครดิตของคุณครอบคลุมประเภทบัตรที่หลากหลายหรือเปล่า ? บริการตอบคำถามอัตโนมัตินอกเวลาทำการของคุณมีประโยชน์ต่อลูกค้าหรือไม่ ? พนักงานที่มีหน้าที่ติดต่อกู้ค้าในบริษัทของคุณได้รับการอบรมด้านการขายมาอย่างดีหรือเปล่า ? ราคาสินค้าอัปเดตหรือเปล่า ? และถ้ามีคนต้องการ “ข้อมูลเพิ่มเติม” คุณจะตอบ และ/หรือให้ข้อมูลว่าอย่างไรบ้าง ?

#### 6 ใช้การตลาดทางตรงแบบง่าย ๆ

**พูดคุยกับคนที่น่าจะอยากซื้อสินค้าของคุณ**

ก่อนอื่นผมจะขออธิบายคำศัพท์เฉพาะบางคำที่จะเป็นประโยชน์กับคุณ ได้แก่ **ลูกค้าต้องสงสัย (suspects)** คือกลุ่มบุคคลที่ “มีความ

เป็นไปได้ว่า” น่าจะซื้อสินค้าของคุณ ลูกค้าเป้าหมายหรือลูกค้าคาดหวัง (prospects) คือกลุ่มบุคคลที่คุณได้คัดกรองแล้วว่าเป็นผู้ที่ “พร้อม” ที่จะเป็นลูกค้า หรือกล่าวอีกอย่างหนึ่งคือเป็นผู้มีความต้องการสินค้าของคุณ มีงบประมาณในระดับหนึ่ง และมีอำนาจในการตัดสินใจซื้อ ลูกค้าใหม่หรือลูกค้าขาจร (customer) คือกลุ่มบุคคลที่เพิ่งจะซื้อสินค้าของคุณไป ลูกค้าประจำ (clients) คือกลุ่มบุคคลที่ซื้อสินค้าของคุณอย่างสม่ำเสมอ และ ลูกค้าผู้รักดี (advocates) คนกลุ่มนี้เป็นลูกค้าชั้นเลิศที่คอยพูดถึงสินค้าของคุณให้คนอื่นฟังอยู่ตลอดเวลา ซึ่งเราได้พูดถึงวิธีที่จะทำให้การติดต่อลูกค้าขาจร ลูกค้าประจำและลูกค้าผู้รักดีเกิดประโยชน์สูงสุดไปแล้ว (ดูข้อที่ 1, 3 และ 4 ข้างต้น) แต่เราจะพูดคุยสื่อสารกับบุคคลที่จัดอยู่ในกลุ่มลูกค้าต้องสงสัยและลูกค้าเป้าหมายได้อย่างไร ? คำตอบที่ชัดเจนที่สุดก็คือ ใช้ “วิธีการตลาด” แต่สิ่งสำคัญสิ่งหนึ่งที่คุณจะต้องคำนึงถึงก็คือ คุณอาจต้องเสียเงินมากมายไปโดยเปล่าประโยชน์หากคุณพยายามสื่อสารกับทุกคน คุณอาจจะคิดดีแล้วว่าคนในจังหวัดเชียงใหม่ทุกคนน่าจะเป็นลูกค้าที่ใช้บริการเช็ดกระจกของคุณ ดังนั้น คุณจึงควรลงโฆษณาในหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นของจังหวัดเชียงใหม่ แต่ในความเป็นจริง เมื่อคุณได้วิเคราะห์ดูให้ดี คุณจึงได้รู้ว่าลูกค้าส่วนใหญ่ของคุณอยู่ในพื้นที่อำเภอหางดง ฉะนั้น บางทีการเลียบแผ่นพับโฆษณาตามบ้านของชาวอำเภอหางดงน่าจะเป็นวิธีการที่ดีกว่า เพราะวิธีนี้จะทำให้คุณสามารถพุ่งเป้าหมายไปยังคนที่ “พร้อม” ที่จะใช้บริการของคุณอยู่แล้วได้

### คุณต้องพูดอะไรบ้างในการขายของให้ลูกค้า ?

คุณต้องพูดถึงสิ่งที่เป็นประโยชน์ต่อลูกค้า ถ้าเป็นการขายสินค้าให้ลูกค้าที่เป็นบริษัท คุณจะต้องอธิบายว่ามีอะไรบ้างที่จะทำให้บริษัทของเขามีรายได้เพิ่มขึ้นและช่วยลดต้นทุนได้ ถ้าเป็นการขายสินค้าให้ลูกค้าที่เป็นบุคคล คุณก็ต้องอธิบายว่าคุณจะช่วยให้ชีวิตของเขาดีขึ้นหรือง่ายขึ้นได้อย่างไร และเหนือสิ่งอื่นใด คุณจะต้องอธิบายเหตุผลที่พวก

เขาควรต้องคุยกับคุณ ข้อผิดพลาดที่เกิดขึ้นอยู่เสมอคือการพูดเกี่ยวกับตัวเองมากเกินไป ความน่าเชื่อถือคือหัวใจสำคัญ แต่ความน่าเชื่อถือจะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อคุณสามารถทำให้พวกเขาสนใจคุณได้แล้วเสียก่อน ดังนั้น คุณควรเริ่มต้นด้วย

“ น้ำยาเช็ดกระจก ‘แฉววว’ เป็นผลิตภัณฑ์เช็ดกระจกที่ได้รับการยอมรับอย่างแพร่หลายในอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ เพราะน้ำยาเช็ดกระจกแฉวววทำให้การทำความสะดวกกระจกกลายเป็นงานที่ง่ายดายแถมยังเสร็จเร็วได้ตามที่คุณต้องการ บริษัทน้ำยาเช็ดกระจกของเราเปิดกิจการในอำเภอหางดงและสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าที่นี้อย่างมีอາชีพมานานกว่าเจ็ดปีแล้ว...”

### คุณต้องใช้การตลาดแบบไหน ?

เออละ คุณอาจใช้วิธีโทรหาคนนั้นคนนี้ นั่นเป็นการตลาดทางตรงที่ใช้ได้ผล ซึ่งอีกสักครู่เราจะพูดถึงเรื่องนี้กันอีกครั้ง แต่ทำไมเราไม่ลองใช้วิธีการง่าย ๆ อย่างการส่งจดหมายหาลูกค้าโดยตรง หรือการแจกเอกสารถึงหน้าบ้านดูบ้าง (ทั้งใบปลิว แผ่นพับ หรือการลงโฆษณาในหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น) แต่ถ้าคุณต้องการอะไรที่ซับซ้อนกว่านี้ก็อาจจะคิดถึงการประชุมสัมพันธ์ ซึ่งในกรณีนี้คุณอาจต้องการความช่วยเหลือจากมีออาชีพ ถ้าคุณไม่ได้ไปงานอีเวนต์ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจของคุณมาสักระยะแล้ว บางทีนี่คงถึงเวลาที่คุณต้องลองไปเดินตามงานเหล่านี้บ้าง




หัวใจสำคัญในการทำให้อวิธีการเหล่านี้ประสบผลสำเร็จก็คือการตั้งคำถาม ลูกค้าอยากพูดคุย อยากอ่าน อยากดู หรืออยากฟังเรื่องอะไร ? พวกเขาไปไหนกันบ้างในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ ? พวกเขาสนใจเรื่องอะไรบ้าง ? คุณต้องทำให้เขาสนใจคุณให้ได้ คุณอาจหาแนวทางได้

จากคู่แข่งของคุณ ถ้าคู่แข่งสักรายประสบความสำเร็จด้วยการโฆษณาผ่านทางวิทยุท้องถิ่นมานานสองปี นั่นอาจจะเป็นวิธีที่ใช้ได้ผล คุณก็น่าจะลองทำดูบ้าง หรือไม่คุณอาจจะลองทำในสิ่งที่คู่แข่งของคุณ *ไม่ได้* ทำก็ได้ เช่น จัดทำโฆษณาแทรกพิเศษในหน้าธุรกิจของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น ลองไปในที่ที่ลูกค้าเป้าหมายหรือลูกค้าคาดหวังของคุณอาจจะไป ลองทำ บางสิ่งบางอย่าง และประเมินผลที่ได้รับ

## 7 ใช้วิธีโทรหากลุ่มลูกค้าใหม่แบบเจาะจง

### ทำการบ้าน

ก่อนยกหูโทรศัพท์ขึ้นมา คุณจะต้องมี :

-  1 รายชื่อผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อสินค้าและเบอร์ติดต่อโดยตรงของคนเหล่านั้น
-  2 เรื่องที่คุณจะนำเสนอ - เหตุผลที่คุณโทรไป
-  3 คุณต้องยอมรับว่าคุณอาจถูกปฏิเสธโดยสิ้นเชิง ทั้งในแบบคลาสสิก (ผมไม่ว่าง) และแบบเฉพาะ (เช่น ในกรณีที่คุณอ้างถึงข่าวใน หนังสือพิมพ์ ลูกค้าอาจจะปฏิเสธคุณว่า ผมคิดว่าข่าวในหนังสือพิมพ์ฉบับนี้ไม่ถูกต้อง)

อย่าทำการบ้านแบบลวกๆ คุณต้องเข้าไปศึกษาเว็บไซต์ของบริษัทที่น่าจะเป็นลูกค้า โดยเฉพาะในหน้าข่าวสาร ค้นหาชื่อบริษัทและบทบาทสำคัญๆ จากอินเทอร์เน็ต โทรหาและพูดคุยกับหลายๆ แผนกในบริษัทนั้น และขอให้คุณจำไว้ว่าการยื่นกรณียบอกกับความสุภาพเป็นเคล็ดลับที่ทรงพลังอย่างน่าทึ่ง และลืมไปได้เลยว่าคุณต้องมีรายชื่อบริษัทเป็นร้อยๆ บริษัท คุณต้องการเพียงแค่บริษัทดีๆ สักยี่สิบบริษัทที่คุณหวังว่าคุณจะทำธุรกิจด้วยได้เท่านั้น

## วางแผนการโทร

คุณต้องพูดอะไรบ้าง ? เขาจะตอบว่าอย่างไร ? คุณมีข้อเสนอ  
ดี ๆ อะไรบ้าง ? ทำไมเขาต้องเต็มใจที่จะฟังคุณ ? เขาจะต่อต้านคุณ  
อย่างไรบ้าง ? เมื่อคุณวางแผน ให้จำไว้ว่าเป้าหมายของคุณคือการนัด  
พบ นั่นคือสิ่งที่คุณกำลังขาย ฉะนั้น คุณต้องไม่พูดว่า

“ผมอยากเข้าไปพูดคุยกับคุณเรื่องขั้นตอนการลดต้นทุน  
แบบใหม่ของบริษัทของเรา”

แต่คุณอาจพูดว่า

“ผมอ่านเจอในหนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจว่าตอนนี้บริษัท  
ของคุณกำลังปรับโครงสร้างองค์กรเพื่อลดค่าใช้จ่าย  
ผมจึงอยากเข้าไปพบและพูดคุยถึงวิธีที่บริษัทของเราอาจ  
ช่วยให้คุณบรรลุเป้าหมายดังกล่าวได้ ซึ่งผมจะขอเสนอ  
กรณีศึกษาบางกรณีให้คุณทราบ”

## แนะนำตัว : ชื่อของคุณและชื่อบริษัท

- 1 แนะนำตัวอย่างใจเย็น – การรีบร้อนทำให้เห็นว่าคุณ  
ตื่นเต้นและไม่ค่อยมั่นใจ
- 2 หากจังหวะตั้งคำถามที่เปิดกว้างและเจาะลึกอย่างรวดเร็ว  
โดยเฉพาะส่วนที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจของเขา ซึ่งคำถาม  
แบบเปิดจะช่วยกระตุ้นให้อีกฝ่ายพูดคุยมากขึ้น ในขณะที่  
คำถามเจาะลึกช่วยให้คุณเป็นผู้ใหญ่ที่พูดคุยกับผู้ใหญ่



ด้วยกัน ลองพูดประโยค อาทิ “...ผมกำลังสงสัยว่า คุณจัดการกับเรื่องนั้นอย่างไร ?”

**3** หยุดพูดและจัดการกับการต่อต้าน แน่แน่นอนว่าคุณจะถูกต่อต้านอยู่แล้ว แต่คุณต้องจัดการกับมันอย่างมีอาชีพ ดังนั้น เมื่ออีกฝ่ายพูดว่า “ผมไม่มีเวลา” คุณจะพูดว่า “ผมไม่ได้คาดหวังว่าคุณจะต้องดำเนินการในตอนี้ ผมจึงอยากขอนัดพบเพื่อพูดคุย...” ถ้าเขาตอบว่า “เออละงั้นคุณส่งเอกสารทางไปรษณีย์มาก็แล้วกันหรือส่งอีเมลถึงผมก็ได้” คุณจะพูดว่า “ผมก็อยากจะทำอย่างนั้นครับ แต่จากที่เราเคยใช้วิธีนี้กับลูกค้าประจำของเราอย่างต่อเนื่อง ทำให้ผมเข้าใจดีว่าการพูดคุยกันตัวต่อตัวต่างหากที่จะทำให้คุณเข้าใจสิ่งที่แท้จริงของระบบ/สินค้าของเรา”

**4** จบการสนทนาด้วยการนัดหมาย : กำหนดวันและเวลา

**5** กล่าวขอบคุณ

### ติดตามผลอย่างเหมาะสม

ตัวอย่างเช่น ส่งอีเมลเพื่อขอยืนยันการนัดหมาย และให้ถามตัวคุณเองว่าครั้งต่อไปคุณจะปรับปรุงอะไรให้ดีขึ้นกว่านี้ได้บ้าง และให้คุณจำไว้ว่า

- ๕ วางแผน ลงมือทำ ประเมินผล
- ๕ ความสุภาพ + การยืนยันกราน
- ๕ ยอมรับว่าต้องมีการต่อต้าน ให้คุณวางแผนจัดการให้ดี
- ๕ เป้าหมายของคุณคือการนัดพบ

เพราะการขายคือหัวใจสำคัญในทุกธุรกิจ  
หนังสือเล่มนี้มีสุดยอดเคล็ดลับ  
ที่จะช่วยให้คุณ**ขายเก่ง ขายได้ ขายดี**  
ปิดการขายได้ทันใจ  
เพิ่มยอดขายให้ทะลุเป้า  
และทำกำไรอย่างต่อเนื่องในทุกสถานการณ์

อ่านเข้าใจง่าย ขายเป็นทันที  
เหมาะสำหรับพัฒนาทักษะการขายให้ฝ่ายขาย  
ทีมเซลส์ และองค์กรธุรกิจ  
ที่ต้องการ**เพิ่มยอดขายและทำกำไร**ให้ทะลุเป้า !



**เอ็กซ์เพอร์เน็ทบุ๊คส์**  
EXPERNETBOOKS

ISBN 978-974-414-267-2



9 789744 142672

ขายชั้นแถว

ราคา 150 บาท