

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับศักยภาพของพนักงานขาย ที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า ซึ่งจะนำเสนอตามลำดับ ดังนี้

1. เอกสารที่เกี่ยวข้อง

- 1.1 ความหมายของการพัฒนา
- 1.2 แนวคิดเรื่องศักยภาพ
 - 1.2.1 ความหมายของคำว่า "ศักยภาพ"
 - 1.2.2 ศักยภาพระดับบุคคล
- 1.3 ความสามารถทางการขาย
 - 1.3.1 การพัฒนาความเชื่อมั่นในตนเอง
 - 1.3.2 ทักษะมนุษยสัมพันธ์และคุณสมบัติส่วนตัว
 - 1.3.3 การพัฒนาแผนการปฏิบัติการเพื่อมุ่งสู่เป้าหมาย
 - 1.3.4 การแต่งตัวไปทำงานและมารยาททางธุรกิจ
- 1.4 การขายอย่างสร้างสรรค์
 - 1.4.1 การเตรียมตัวให้พร้อมสำหรับการขาย
 - 1.4.2 รู้จักสินค้า
 - 1.4.3 ทักษะคิดเชิงบวกมีผลต่อความสำเร็จ
- 1.5 เทคนิคและศิลปะการขาย
 - 1.5.1 ลักษณะการปฏิบัติงานขาย
 - 1.5.2 ขั้นตอนปฏิบัติงานขาย
 - 1.5.3 การค้นหาลูกค้า
 - 1.5.4 วิธีการเข้าพบลูกค้า
 - 1.5.5 การนำเสนอให้ประสบความสำเร็จ
- 1.6 การขายโดยใช้บุคคล
 - 1.6.1 ลักษณะสำคัญของการขายโดยพนักงานขาย
 - 1.6.2 กระบวนการขาย
 - 1.6.3 การบริหารการขาย
- 1.7 ความพึงพอใจและความคาดหวังของลูกค้าด้านการขายรถยนต์

2. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 งานวิจัยในประเทศ

2.2 งานวิจัยต่างประเทศ

เอกสารที่เกี่ยวข้อง

ความหมายของการพัฒนา

คำว่า การพัฒนา ตรงกับภาษาอังกฤษว่า Development ตามความหมายของรูปศัพท์แปลว่า การทำให้เจริญ (ราชบัณฑิตสถาน, 2538 : 591) ซึ่งจำรัส นวลนิม (2540 : 7) ได้อธิบายว่า หมายถึงการทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงที่ละน้อยทีละน้อย โดยผ่านลำดับขั้นตอนต่าง ๆ ไปสู่ระดับที่สามารถขยายตัวขึ้น เติบโตขึ้น มีการปรับปรุงให้ดีขึ้น และเหมาะสมไปกว่าเดิม หรืออาจก้าวหน้าไปถึงขั้นที่อุดมสมบูรณ์เป็นที่น่าพอใจ

ในลักษณะความหมายหรือนิยามของการพัฒนาที่มีนักวิชาการกล่าวไว้เป็นการใช้โดยทั่วไปกว้างๆ อาทิเช่น

nus รักษาสัตย์ (2515 : 8) ให้คำนิยามของการพัฒนาว่า คือการเปลี่ยนระบบที่การกระทำ

สัญญา สัญญาวิวัฒน์ (2532 : 5) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การพัฒนาหมายถึงการเปลี่ยนแปลงที่มีการกำหนดทิศทาง หรือการเปลี่ยนแปลงที่มีการกำหนดแผนเอาไว้ล่วงหน้าแล้วซึ่งทิศทางหรือแผนที่กำหนดไว้นี้ย่อมจะเป็นไปในลักษณะที่พึงปรารถนาของสมาชิกในสังคมนั้น

ชนิดา รัชพลเมือง (2532 : 155) ได้ให้ความหมายของการพัฒนาว่า หมายถึงการเปลี่ยนแปลงไปในทางที่ดีขึ้นในทิศทางที่กำหนด

ดารา ทีปะปาล (2538 : 15) ให้ความหมายว่า หมายถึง เปลี่ยนแปลงไปในทางที่ดีขึ้นอย่างมีเป้าหมาย เป็นการเปลี่ยนแปลงที่มีการกำหนดทิศทาง เพื่อให้บรรลุตามแผนที่กำหนดไว้ล่วงหน้า

มีชัย สายอร่าม (2540 : 59) อธิบายความหมายของการพัฒนาในลักษณะครอบคลุมและกว้างขวาง พอสรุปได้ว่า การพัฒนาเป็นกระบวนการของการเปลี่ยนแปลงและสร้างสรรค์ความก้าวหน้าในทางเศรษฐกิจ ความเป็นธรรมในสังคม ความเสมอภาคในทางการเมือง การดำรงรักษาวัฒนธรรมอันดีงาม การจัดสรรและกระจายทรัพยากรด้วยวิธีการบริหารที่เหมาะสม เพื่อบรรลุเป้าหมายในอันที่จะสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น

จากความหมายและนิยามดังกล่าวพอสรุปได้ว่า การพัฒนาคือ "กระบวนการที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงโดยผ่านขั้นตอนต่าง ๆ ไปสู่ความเจริญ มีการปรับปรุงให้ดีขึ้น และเป็นไปตามทิศทางที่พึงปรารถนา อันจะส่งผลต่อความพึงพอใจสูงสุด โดยวิธีการพัฒนา ได้แก่ การจัดอบรม ประชุม สัมมนา และศึกษาเพิ่มพูนความรู้เฉพาะด้าน เป็นต้น"

แนวคิดเรื่องศักยภาพ

ความหมายของคำว่า "ศักยภาพ"

คำว่า "ศักยภาพ" ตรงกับภาษาอังกฤษว่า Potential ตามความหมายของรูปศัพท์แปลว่า "ภาวะแฝง อำนาจ หรือคุณสมบัติที่มีแฝงอยู่ในสิ่งต่างๆ อาจทำให้พัฒนาหรือทำให้ปรากฏเป็นสิ่งที่ประจักษ์ได้.." (ราชบัณฑิตยสถาน, 2538:780) และได้มีผู้เชี่ยวชาญรวมทั้งนักวิชาการ กล่าวถึงความหมาย ของศักยภาพไว้ในลักษณะที่สอดคล้องกัน อาทิ เช่น

Procter (1991 : 805) ให้ความหมายว่า ศักยภาพหมายถึง สิ่งที่จะเกิดขึ้นหรืออาจจะไม่เกิดขึ้นจริงในปัจจุบันหรือความเป็นไปได้ในการพัฒนา หรือมีทางทำให้เจริญได้

no เสถบุตร (2521 : 571) ให้ความหมายว่า ศักยภาพหมายถึง ความสามารถที่ซ่อนเร้นอยู่ในภายในขีดความสามารถ

วิวัฒน์ชัย บุญยกักดี (2532 : 42) ได้นิยามว่า ศักยภาพ หมายถึง ความสามารถหรือความพร้อมในตัวของสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่จะเอื้ออำนวยต่อการพัฒนา การปรับปรุง การจัดการ หรือการเข้ามาทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงใดๆขึ้น

เพชรน้อย ม่วงงาม (2539 : 6-7) ได้ศึกษาคำจำกัดความของศักยภาพ สรุปว่า หมายถึง พลังความสามารถที่แฝงอยู่และสามารถทำให้ปรากฏได้ ความสามารถที่แสดงหรือปรากฏเป็นได้ทั้งเครื่องชี้หรือสะท้อนศักยภาพในอดีต และเป็นเครื่องบ่งบอกศักยภาพในอนาคต การปรากฏของพลังศักยภาพของสิ่งใดๆ จะเป็นเช่นใด ขึ้นอยู่กับปัจจัยอย่างน้อยสองส่วน คือ พลังความสามารถของสิ่งนั้น และเงื่อนไขบริบทที่เป็นไปได้ทั้ง ตัวขัดขวางหรือตัวหนุนเสริม การปรากฏออกมาของศักยภาพนั้น ที่สำคัญคือเงื่อนไขเชิงบริบทที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ

พิมพ์มิล พลเวียง (2543 : 10) ได้ศึกษาคำจำกัดความและค้นพบว่าศักยภาพเกี่ยวข้องกับคำที่สำคัญ 3 คำ คือ อำนาจ ความสามารถ และพลัง จึงสรุปได้ว่า ศักยภาพหมายถึง พลังอำนาจหรือความสามารถที่ซ่อนเร้นอยู่ในตัวบุคคล และสามารถดึงออกมาใช้ได้ หากได้รับการกระตุ้นจากภายนอก

จากความหมายดังกล่าวสรุปได้ว่า "ศักยภาพ" หมายถึง ความสามารถ ความพร้อม หรือคุณสมบัติที่แฝงอยู่ในตัวบุคคลใดบุคคลหนึ่ง ซึ่งสามารถทำให้ปรากฏหากได้รับการพัฒนา หรือกระตุ้นจากภายนอก อันจะส่งผลต่อความสำเร็จและความพึงพอใจสูงสุด

ศักยภาพระดับบุคคล

จากความหมายของคำว่า ศักยภาพ ดังกล่าวแล้ว ยังมีนักวิชาการอีกหลายท่านให้ความหมาย โดยจำแนกศักยภาพออกเป็นระดับต่างๆ ได้แก่ระดับบุคคล ระดับองค์กรและศักยภาพในการบริหาร โดยศักยภาพระดับบุคคล มีผู้ให้ความหมายดังนี้

Longman (1987 : 805) ให้ความหมายว่า ศักยภาพระดับบุคคล หมายถึง พลังความสามารถของบุคคลที่ซ่อนเร้นอยู่ในตน หากมีการกระตุ้นของบุคคลหรือสิ่งแวดล้อมจะสามารถแสดงพลังหรือความสามารถที่มีอยู่ออกมาได้หรือยับยั้งพลังที่มีอยู่มิให้เกิดขึ้น

Shafritz และคณะ (1998 : 359) ได้ให้ความหมายของ ศักยภาพระดับบุคคล หมายถึงความสามารถที่ยังไม่ได้ทำให้เกิดบรรลุผล ซึ่งขึ้นอยู่กับสมรรถภาพของแต่ละบุคคล

Victoria Neufeldt (1990 : 460) ให้ความหมายว่า ศักยภาพ หมายถึง พลังหรืออำนาจที่มีอยู่ในตัวบุคคลซึ่งสามารถดึงออกมาใช้ หรือแสดงออกมาได้หากได้รับการกระตุ้นจากสิ่งภายนอก

กมลรัตน์ หล้าสุวรรณ (2524 : 229-230) กล่าวว่า ศักยภาพระดับบุคคล คือ ความสมบูรณ์ทั้งร่างกายและจิตใจ ที่มีความพร้อมจะตอบสนองต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งทางด้านร่างกาย ได้แก่ วุฒิภาวะ ซึ่งหมายถึง การเจริญเติบโตอย่างเต็มที่ของร่างกาย และจิตใจ ได้แก่ ความพอใจที่จะสนองต่อสิ่งเร้า หรือพอใจจะกระทำสิ่งต่างๆ ดังนั้นองค์ประกอบที่จะทำให้เกิดศักยภาพในระดับบุคคล วุฒิภาวะ หมายถึงความเจริญเติบโตทั้งด้านร่างกาย จิตใจ สติปัญญา และอารมณ์ รวมถึงประสบการณ์ทางสังคม หรือความรู้เดิม ผู้มีประสบการณ์เดิมมาก ย่อมมีแนวโน้มที่จะเรียนรู้ได้ดีกว่าผู้มีประสบการณ์เดิมน้อย

เยาวลักษณ์ ศิริสุวรรณ (2539 : 7) กล่าวว่า ศักยภาพของบุคคลหมายถึง พลังความสามารถของบุคคลที่มีอยู่ในตัว ซึ่งสามารถนำออกมาใช้เพื่อดำเนินการหรือประกอบกิจการอย่างใดอย่างหนึ่งในขอบเขต ได้เป็นผลสำเร็จ อันจะมีลักษณะที่ไม่ตายตัวแต่อาจจะทำให้มีมากขึ้นหรือแข็งแรงขึ้นจากการพัฒนา

วิริยา เอี่ยมวิบูลย์ (2540 : 11) กล่าวถึงศักยภาพของบุคคลว่า หมายถึงการแสดงความสามารถที่มีอยู่ให้ปรากฏเมื่อมีโอกาสที่จะกระทำได้ในระดับบุคคลและระดับองค์การภายในขอบเขตอำนาจหน้าที่ที่กฎหมายกำหนด

สริสา ตระกูลวงษ์ (2540 : 8) ให้ความหมายว่า ความพร้อมหรือแนวโน้มที่จะแสดงความสามารถที่มีอยู่ให้ปรากฏ เมื่อมีโอกาสที่จะกระทำได้ในระดับบุคคล ปัจจุบันศักยภาพจึงมีความสำคัญต่อองค์การในอันที่จะส่งผลให้องค์การมีการดำเนินการที่ดีและยั่งยืน

ทวิชา คชอินทร์ (2541 : 53) กล่าวว่าองค์การจะมีสมรรถภาพที่ดีได้นั้นจะต้องอาศัยกระบวนการ หรือพฤติกรรมการทำงานขององค์การที่ยอมให้คนในองค์การใช้ศักยภาพ หรือสติปัญญาของเขาได้อย่างเต็มที่ เพราะศักยภาพ เป็นเครื่องชี้การปฏิบัติงานของคนในองค์การ การที่จะได้รับและยังคงไว้ซึ่งผลงานสูงสุด องค์การต้องอาศัยกระบวนการ หรือวัฒนธรรมที่ส่งเสริมให้คนในองค์การใช้ศักยภาพของเขา

วิชูกร กุหลาบศรี (2541 : 24) ให้คำนิยามของคำว่า ศักยภาพระดับบุคคลสรุปได้ว่า หมายถึง สภาวะความสมบูรณ์ทั้งด้านร่างกาย จิตใจ สติปัญญา และอารมณ์ของบุคคลที่พร้อมจะตอบสนองต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ด้วยวิธีการเพื่อให้เกิดการกระทำ ที่มีแนวโน้มจะทำให้เกิดความสำเร็จ ความพร้อมจะเกิดขึ้นได้ขึ้นอยู่กับ วุฒิภาวะ ประสบการณ์ทางสังคมความรู้เดิม ความสนใจ หรือแรงจูงใจ

จากความหมายของ "ศักยภาพระดับบุคคล" ที่นำเสนอมาข้างต้น สามารถสรุปได้
 ■■■ ศักยภาพระดับบุคคล หมายถึงความสามารถสูงสุดในการกระทำอย่างใดอย่างหนึ่งของบุคคล เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ และเป้าหมายที่กำหนดไว้ ภายใต้สภาวะแวดล้อมที่เป็นอยู่ศักยภาพ จึงเป็นปัจจัยที่เกื้อหนุนให้การทำงานสำเร็จลุล่วงอย่างมีประสิทธิภาพ

ความสามารถทางการขาย

การพัฒนาความเชื่อมั่นในตนเอง

นภดล เวชสวัสดิ์ (2538 : 12) กล่าวว่าเพราะแท้จริงแล้วบนโลกกว้างใบนี้ จะไม่มีคนที่สองที่เหมือนคุณ คุณมีบุคลิกภาพที่โดดเด่นเฉพาะตัว ทุกสิ่งทุกอย่างที่คุณประสบพบพานมา เป็นส่วนหนึ่งของบุคลิกภาพของคุณ ความรู้สึกส่วนตัวที่มีต่อคุณค่าและความสามารถของตน คือความเชื่อมั่นในตนเองของคุณ

คุณเป็นคนมีความสามารถ คุณอาจจะมองข้ามจุดนี้ไป แต่คุณก็สามารถที่จะทำได้เกือบทุกอย่างที่คุณตั้งใจมั่นจะทำและผลของความสำเร็จทุกชิ้น ล้วนแล้วแต่เสริมความเชื่อมั่นในตนเองให้เพิ่มพูนมากยิ่งขึ้น

เมื่อคุณทำงานใดๆได้สำเร็จ คุณจะสร้างความเชื่อมั่นในตนเองให้พอกพูนขึ้นไปพร้อมกัน การมีความเชื่อมั่นในตนเอง หมายถึง ความรู้สึกที่คุณเชื่อว่าคุณมีความสามารถที่จะทำทุกอย่างที่อยากจะทำ... เป็นบุคคลที่คุณวาดภาพพจน์เอาไว้ ยิ่งคุณประสบความสำเร็จมากเท่าใด ความเชื่อมั่นในตนเองก็จะทวีขึ้นเป็นเงาตามตัว เมื่อมีความเชื่อมั่นใน

ตนเองเต็มเปี่ยม คุณจะไม่คิดแม้จะขยาดเมื่อต้องรับงานท้าทายชิ้นใหม่ เมื่อมองย้อนกลับไปในอดีต คุณจะเห็นหลายสิ่งหลายอย่างที่คุ้นเคยทำสำเร็จลุล่วงมาแล้ว และจะเห็นความสามารถที่มีอยู่ในตัวคุณ แต่ถ้าขาดความเชื่อมั่นในตนเอง แค่ว่าลองสิ่งใหม่ๆ ก็เป็นการยากเสียแล้ว คุณจะสร้างความเชื่อมั่นในตนเองได้อย่างไร? วิธีการมีอยู่หลายวิธี คือ

1. คุณต้องรู้สำนึกเสียก่อนว่า คุณมีความสามารถอยู่แค่ไหน ยกตัวอย่าง เช่น คุณตัดสินใจว่า คุณอยากมีความสุขหรือก่อกลุ้ม อับราฮัม ลินคอล์น เคยพูดไว้ว่า "คนเราจะสุขได้มากเท่าที่เราตั้งใจจะให้" คุณจะเป็นผู้กำหนดได้ว่าคุณอยากรู้สึกเช่นไร จงคิด อยู่เสมอว่า จะต้องประสบความสำเร็จ เชื่อฝีมือตนเอง คนเราทุกคนอาจรู้สึกแฉ่งใจสงสัยความสามารถของตนเองบ้างในบางเวลา แต่ทำไมต้องไปสร้างสิ่งกีดขวางขึ้นในใจตนเอง เมื่อใดก็ตามที่ความรู้สึกแฉ่งใจ แฉ่งเข้ามาในห้วงความคิด ให้แทนค่าด้วยความรู้สึกแฉ่งบวก ทุกความคิดแฉ่งลบ แทนค่าด้วยความคิดแฉ่งบวกได้ทั้งสิ้น

2. พยายามทำทุกอย่างให้ดีที่สุดเท่าที่จะทำได้ แต่อย่าเป็นมนุษย์สมบูรณ์แบบจนไม่กล้าหายใจ กระดิกตัวลงมือทำอะไร เมื่อคิดว่าจะเปล่งรัศมีไม่ได้เต็มที่ "อย่าคิดยอมแพ้ก่อนที่จะเริ่มงาน เพียงเพราะกลัวว่าจะทำได้ไม่ดี"

3. หนทางเดียวที่จะทำงานให้ดียิ่งขึ้นไปคือการหมั่นฝึกฝนและใช้ความพยายาม ฝึกให้มากขึ้น การฝึกฝน ความเชื่อมั่นในตนเอง ยิ่งฝึกให้เชื่อมั่นในตนเองมากเท่าใด ก็จะรู้สึกว่า ความเชื่อมั่นในตนเองทวีมากขึ้นเท่านั้น บุคคลที่เป็นผู้นำจะต้องเป็นคนที่มีความเชื่อมั่นในตนเอง มีความสามารถ และทำงานได้ผลดียิ่ง คนทุกคนสามารถเป็นผู้นำที่มีความเชื่อมั่นในตนเองได้

ทักษะมนุษย์สัมพันธ์และคุณสมบัตินิสัยส่วนตัว

1. ทักษะมนุษย์สัมพันธ์

ความสามารถในการเข้ากันได้ดีกับผู้อื่น เป็นส่วนหนึ่งของบุคลิกภาพของคุณ คำศัพท์เฉพาะของความหมายนี้คือ "ทักษะมนุษย์สัมพันธ์" อันเป็นทักษะที่สามารถปรับปรุงให้มี และดีขึ้นเรื่อยๆไปได้

ทักษะมนุษย์สัมพันธ์ 6 ประการที่ทุกคนต้องมี ประกอบด้วย

1.1 การควบคุมตนเอง

1.2 ใจที่เปิดกว้าง

1.3 ความซื่อสัตย์ต่อเพื่อนพ้อง

1.4 ความถ่อมตน

1.5 การร่วมมือ

1.6 การถนอมน้ำใจ

ฝึกฝนให้เชี่ยวชาญ คุณจะประสบความสำเร็จอย่างแน่นอน

2. คุณสมบัติส่วนตัว

คนทุกคนจำเป็นต้องมีคุณสมบัติเจ็ดประการจึงจะครองตำแหน่งไว้ได้หากต้องการประสบความสำเร็จในสภาพแวดล้อมการทำงาน จะต้องมียุทธศาสตร์ทั้ง 7 ประการต่อไปนี้ ซึ่งจะแสดงให้เห็นถึงทัศนคติของบุคคลที่มีต่องาน และความสามารถในการปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมายให้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

คุณสมบัติทั้ง 7 ประการ มีดังนี้

- (1) ทำงานหนัก
- (2) ความละเอียดถี่ถ้วน
- (3) ดุลพินิจ
- (4) ความตื่นตัว
- (5) สำนึกแห่งสัดส่วน
- (6) สุขภาพ
- (7) ความรอบรู้

ไม่ว่างานนั้นต้องการประสบการณ์ ความรู้พิเศษในเชิงเทคนิค หรือว่าคุณเพียงจะเริ่มอนาคตการทำงานที่ดี คุณจำเป็นต้องมีคุณสมบัติดังกล่าว ฝึกให้เชี่ยวชาญ แล้วคุณจะประสบความสำเร็จอย่างแน่นอน

การพัฒนาแผนปฏิบัติงานเพื่อมุ่งสู่เป้าหมาย

การตั้งเป้าหมาย นับว่าเป็นเรื่องที่สำคัญที่สุด ในการวางแผนอนาคตของงาน การตั้งเป้าหมาย และลงมือปฏิบัติจนบรรลุถึงจุดหมาย เป็นความเพิ่มพูนความเชื่อมั่นในตนเอง และปูเส้นทางที่ทอดวางไปสู่อนาคตการงาน ดังนั้นเป้าหมายของคุณก็คือแผนการสร้างอนาคต นั่นเอง

หากจะทำให้เป้าหมายระยะยาวเป็นความจริงขึ้นมาได้ ก็จำเป็นต้องมีแผนปฏิบัติการ โดยแผนปฏิบัติการจะบอกได้ว่า คุณต้องการอะไรบ้างจึงจะบรรลุเป้าหมาย วิธีที่จะบรรลุเป้าหมายระยะยาว วิธีที่ดีที่สุดคือการแบ่งขั้นตอนให้เป็นวัตถุประสงค์ (ระยะสั้นๆ) ย่อย ๆ การปฏิบัติเช่นนี้จะง่ายต่อการจัดการ และคุณก็สามารถบันทึกความก้าวหน้าของแต่ละระยะได้อีกด้วย การที่เปลี่ยนเป้าหมายระยะยาวมาเป็นวัตถุประสงค์ระยะสั้น ๆ เป็นการเพิ่มโอกาสประสบความสำเร็จได้มากยิ่งขึ้น วัตถุประสงค์ระยะสั้นนั้น แท้จริงแล้วเป็นเพียงขั้นบันไดที่จะพาทะยานขึ้นสู่เป้าหมายระยะยาว

ไม่ว่าจะเป็นเป้าหมายระยะยาวใดๆ ก็สามารถเปลี่ยนให้เป็นวัตถุประสงค์ระยะสั้นได้ทั้งสิ้น แรงจูงใจตนเองของคุณ จะช่วยให้คุณลงมือปฏิบัติการทุกอย่างเท่าที่จำเป็นเพื่อให้บรรลุถึงเป้าหมาย

ข้อแนะนำบางประการเพื่อช่วยให้บรรลุเป้าหมาย

1. เขียน และเขียนทุกสิ่งทุกอย่าง การบันทึกจะช่วยได้ดีกว่าเครื่องมือชนิดอื่นใด ทั้งนี้เพราะบันทึกจะแสดงผลความก้าวหน้า โดยคุณไม่ต้องเสียเวลาจดจำว่า คุณไปได้ไกลแค่ไหนแล้ว
2. ติดตามความก้าวหน้าอย่างใกล้ชิด คุณอาจต้องการขีดเส้นตายให้ตนเอง หากคุณทำงานได้ทันตามกำหนดเวลา คุณจะได้อีกโอกาสลงความสำเร็จเป็นคราวๆไป
3. ลงมือดำเนินการเพื่อให้บรรลุเป้าหมาย แทนการปล่อยให้ทุกอย่างเกิดขึ้นเอง ลงมือทำเสียวันนี้
4. ขอความช่วยเหลือเท่าที่จำเป็น จำไว้เสมอว่า คุณต้องรับผิดชอบต่อความสำเร็จของตัวเอง
5. เตรียมรับมือกับอุปสรรคและทางตัน แต่อย่ายอมแพ้ อย่าย่อท้อ บางครั้งที่จะเกิดปัญหาถ้ายึดติดกับกำหนดการมากเกินไป ถ้าวัตถุประสงค์ของคุณยากเกินไป ทำให้มันง่ายขึ้นแต่อย่าได้รามือ ถ้าข้ามสิ่งกีดขวางไม่ได้ หาทางอ้อมด้านข้าง และหาบทเรียนจากปัญหา จุดสำคัญคือ...เล่นไม่ยอมเลิก
6. ประเมินผลซ้ำ และพิจารณาเป้าหมายใหม่ทุกครึ่งเดือน บางทีความต้องการของคุณอาจเปลี่ยนไปแล้ว จำไว้เสมอว่า เป้าหมายเป็นของคุณ และคุณพยายามทุกวิถีทางที่จะทำให้ประสบผลสำเร็จ
7. อย่าเป็นมนุษย์สมบูรณ์แบบ พยายามทำได้ดีที่สุดเท่าที่จะทำได้ อย่าไปเสียเวลากังวลว่า งานชิ้นนั้นยังไม่สมบูรณ์แบบ การเขียนรายงานสมบูรณ์แบบแทบไม่มีประโยชน์อะไรเลย ถ้าคุณส่งงานช้าจนผิด
8. เตรียมใจให้พร้อมว่า คุณเองจะรู้สึกผิดหวังบ้างเมื่อบรรลุเป้าหมายแล้ว เรื่องนี้เป็นเรื่องปกติธรรมดา บางครั้งอาจจะเกิดความรู้สึกอ้างว้างเปล่า บ่อยครั้งที่การบรรลุเป้าหมายไม่ได้ให้ความอิมมอร์ตังที่คิดเอาไว้ การตั้งเป้าหมายจะช่วยวางแนวทางและจุดหมายให้ชีวิต เมื่อใดที่คุณประสบผลสำเร็จบนเส้นทางมุ่งสู่เป้าหมาย คุณจะเชื่อมั่นในความสามารถของคุณ ความเชื่อมั่นและความนับถือตนเองจะเพิ่มขึ้นเป็นเงาตามตัว

การแต่งตั้งไปทำงานและมารยาทในทางธุรกิจ

1. การแต่งตั้งไปทำงาน

นับเป็นความจริงที่น่าเศร้าว่า จะไม่มีใครได้สัมผัสความสามารถและทักษะต่างๆ ของคุณ หาก你不เสนอภาพพจน์ที่ดีให้พวกเขาเห็นเสียก่อน ภาพพจน์ของคุณจะมีผลกระทบต่ออารมณ์ของผู้คนที่เพิ่งรู้จักคุณเป็นครั้งแรก จากการวิจัยหลายครั้งหลายครา คนที่มีเสน่ห์จะได้เลื่อนตำแหน่งเร็วกว่า คบเพื่อนง่ายกว่า และได้สิ่งที่ต้องการง่ายกว่าคนไร้เสน่ห์ แต่คนที่ไม่มีเสน่ห์เหล่านี้ก็ไม่ได้เกิดมาพร้อมกับเรือนร่างที่สมบูรณ์แบบเขาจะปรับปรุงทุกอย่าง

ที่มีให้สดใสที่สุด เขาจะดูแลรักษาเนื้อตัว แต่งกายดี สร้างมาดของมืออาชีพ พวกเขาจะเรียนรู้วิธีเลือกเสื้อผ้าที่เหมาะสม และเมื่อเขาสร้างภาพพจน์ที่งดงามสะอาดตา ผลที่ตามมาก็คือ สร้างความเชื่อมั่นให้กับตนเองได้อย่างวิเศษที่สุด

การมีเสน่ห์มีความหมายมากไปกว่าการเลือกเสื้อผ้าที่เหมาะสม แม้เสื้อผ้าจะทำให้หน้าตาท่าทางของคนเปลี่ยนไปได้ หน้าตาดีมีความเชื่อมั่น หมายถึง สุขอนามัยที่สมบูรณ์ เต็มเปี่ยมด้วยพลัง และร่างกายแข็งแรงรวมตลอดไปถึงการวางตัวที่เหมาะสมตามมารยาททางธุรกิจ กฎพื้นฐานของการแต่งกายในโลกธุรกิจ โดยทั่วไปมี 5 ประการ

1.1 เรียบร้อยหมดจด เครื่องแต่งกายหลุดลุ่ย เสื้อผ้ายับยู่ยี่ ไม่มีทางสร้างความประทับใจได้เลย เสื้อผ้าของคุณต้องสะอาดหมดจด รีดเรียบ ในทุกโอกาส ทุกฤดูและทุกสถานการณ์ เอาใจใส่เสื้อผ้าให้ดี ก่อนที่จะออกจากบ้านตรวจดูความเรียบร้อย จัดเสื้อผ้าให้เข้าที่ หวีผม ตรวจดูเล็บ ล้างหน้าให้สะอาด รักษาความผ่องใสสดชื่นให้ได้ตลอดทั้งวัน

1.2 ซื่อสัตย์คุณภาพ เท่าที่งบประมาณคุณจะสามารถจ่ายได้ ในการวางแผนจัดซื้อเสื้อผ้าขอให้ถือว่าการลงทุนระยะยาว เสื้อผ้าที่มีคุณภาพ จะมีอายุการใช้งานยาวนาน เครื่องแต่งกายในโลกธุรกิจเปลี่ยนไปช้ามาก ดังนั้นคุณจึงจำเป็นต้องมองหาเสื้อผ้าที่ดี เหมาะสมกับบุคลิก มีคุณภาพต่อการใช้งาน

1.3 ยึดนโยบายของบริษัทอย่างเคร่งครัด แต่งกายตามนโยบายหรือประเพณีนิยมของบริษัท บางบริษัทอาจมีข้อกำหนดให้พนักงานสวมสูท บางบริษัทไม่มีข้อกำหนดแน่ชัด ขอให้สังเกตการแต่งกายของผู้บังคับบัญชาเป็นหลัก และตัดสินใจเลือกชุดทำงานที่คิดว่าเหมาะสม อาจเป็นสูทเรียบๆ หรือเบลล่าส์สีขาว ผู้หญิงสวมกระโปรงมากกว่าเป็นกางเกง หรือชุดกางเกง สีน้ำเงินหรือเทาจะเป็นสีที่เหมาะสมสำหรับทั้งชายและหญิง

1.4 ยึดแบบอนุรักษ์นิยม บริษัทส่วนใหญ่ต้องการให้พนักงานแต่งกายตามแบบอนุรักษ์นิยม การแต่งกายด้วยสีสันฉูดฉาดสะอาดตา เสื้อผ้าโฉบเฉี่ยวตามแฟชั่น ไม่เป็นที่ยอมรับในโลกธุรกิจ คุณไม่ควรเสี่ยงที่จะทำลายภาพพจน์ของตัวเองและบริษัทที่สังกัด ทั้งสิ้นดูฉลาด แบบเสื้อประหลาด ไว้นอกโลกธุรกิจ

1.5 สวมสบาย เสื้อผ้าและรองเท้าจะต้องสวมสบาย เสื้อผ้าที่รัดรีดคับตัว รองเท้าที่คับแน่น นอกจากจะมีผลต่อสรีระของคุณแล้ว ยังส่งผลต่อจิตใจด้วย เสื้อผ้าขนาดไม่เหมาะสม จะทำลายภาพพจน์และบุคลิกภาพอันดี

เสื้อผ้าที่รับกับเรือนร่างและสไตล์ที่เหมาะสมกับคุณ จะช่วยสร้างภาพพจน์ที่บ่งบอกถึง ความปลอดภัยทั้งร่างกายและจิตใจที่แจ่มใส คุณจะมีมาด และมีความรู้สึกเหมือนผู้นำ

2. มารยาทในทางธุรกิจ

มารยาท คือ กฎเกณฑ์ของพฤติกรรมซึ่งพึงกระทำในสังคมสุภาพชน มารยาทคือสิ่งที่ดีงามและอัธยาศัยไมตรีที่มีต่อผู้อื่น เป็นเครื่องแสดงว่าคุณเป็นคนที่มีใจและไวต่อความรู้สึกของผู้อื่น การมีมารยาทดีเป็นก้าวแรกที่จำเป็น ที่จะนำไปสู่ความสำเร็จในเชิงธุรกิจและสังคม การมีมารยาทที่ดีจะช่วยให้คุณรู้สึกมั่นใจในการพบปะผู้คน (เกือบ)ทุกสถานการณ์ การรู้ว่าอะไรควร อะไรไม่ควร และวิธีที่จะวางตัวได้เหมาะสม ไม่แสดงกิริยาหยาบคาย และทำร้ายความรู้สึกของผู้อื่น แม้กฎเกณฑ์และมารยาทในสังคมปัจจุบันจะเปลี่ยนไปบ้าง แต่หลักการพื้นฐานคือความเป็นผู้มีน้ำใจ คิดถึงจิตใจผู้อื่น และอัธยาศัยอันดีไม่เคยเปลี่ยนแปลงไปจากเดิมเลย

แต่อย่างไรก็ตาม มารยาททางธุรกิจมีข้อปลีกย่อยเป็นพิเศษที่ควรทราบ ในบางสถานการณ์ที่อาจต้องพบ ได้แก่

2.1 การนัดหมายและการรับแขก มารยาทที่งามที่สุดที่จะต้องรับแขกที่มาเยือนคุณถึงบริษัท คือ การลุกขึ้นยืนต้อนรับและกล่าวสวัสดิ การนัดหมายแขกหรือลูกค้าจุดที่สำคัญที่ต้องระวังในการนัดหมายคือ จะต้องไปให้ตรงเวลา ถ้าคุณจำเป็นต้องล่าช้ากว่ากำหนด โทรศัพท์แจ้งให้ทราบล่วงหน้าหรือขอเลื่อนนัด ขอให้ระลึกเสมอว่า ไม่มีข้อแก้ตัวใดจะฟังขึ้น สำหรับการล่าช้าเป็นประจักษ์

2.2 ละเว้นการรับโทรศัพท์ หากคุณมีแขกในออฟฟิศ แต่ถ้าจำเป็นต้องรับ ควรพูดคุยให้สั้นที่สุด ขอให้ระลึกเสมอว่า มารยาทที่ไม่เหมาะสมในการรับโทรศัพท์จะทำให้ความเสื่อมเสียทั้งต่อตัวเองและบริษัท อย่าพูดคุยกับแขกและคุยกับโทรศัพท์ไปพร้อมกัน ขออนุญาตแขกผู้มาเยือนไปรับโทรศัพท์ วิธีที่ดีที่สุดคือ ให้โอเปอเรเตอร์รับโทรศัพท์แทนในขณะที่มีแขกหรือคุยกับแขก

2.3 อย่าดกหลงธุรกิจในงานสังคม หากคุณไม่มีความรู้ในเรื่องราวอื่นใดนอกจากธุรกิจ คุณควรจะอ่านเพิ่มเติม หากความรู้รอบตัว อ่านหนังสือพิมพ์เป็นประจำทุกวัน ให้ความสนใจเรื่องรวงนอกวงการธุรกิจบ้าง มารยาทที่ดีในวงสังคมธุรกิจ คือ เสียงที่จะอภิปรายถกเถียงเรื่องทีละเอียดย่อน เช่น ศาสนา การเมือง เงินทอง ผู้คนส่วนใหญ่มักจะมีความเห็นค่อนข้างรุนแรง ชัดแย้งกันในเรื่องดังกล่าว จนอาจจะนำไปสู่การถกเถียง

2.4 การเดินทางติดต่อธุรกิจ เมื่อคุณต้องเดินทางติดต่อธุรกิจ ขอให้ระวังภาพพจน์ของบริษัทเพิ่มอีกเท่าตัว กำหนดการเดินทางอาจจะรัดตัว คุณจึงควรวางแผนล่วงหน้าให้ราบรื่นที่สุด ควรติดต่อสำรองที่นั่งให้เรียบร้อย บันทึกราคาใช้จ่ายและเก็บหลักฐานในการจ่ายให้ครบถ้วน

พึงระลึกไว้เสมอว่า มารยาทในทางธุรกิจ ที่ปฏิบัติได้อย่างถูกต้อง ถูกกาลเทศะ ย่อมส่งผลต่อบุคลิกภาพที่ดี โดยเฉพาะในสถานที่ทำงาน บุคลิกภาพของมืออาชีพจะปรากฏ ต่อตาของทุกคนที่พบเห็น... มารยาทงามจะเป็นปัจจัยที่จะหนุนคุณให้ก้าวรุดหน้า ขึ้นไปยัง ตำแหน่งที่คุณตั้งเป้าหมายไว้ และประสบความสำเร็จในเชิงธุรกิจมากกว่าแน่นอน

การขายอย่างสร้างสรรค์

การเตรียมตัวให้พร้อมสำหรับการขาย

ดอนน่า อเล็ก แร ชม (2538 : 251) กล่าวว่า หากจะมีอนาคตการทำงานที่ก้าวหน้า สดใส ก็เป็นเพราะเขาทั้งสาม รู้จักวิธีการขาย...ความจริงก็คือ ผู้ที่ประสบความสำเร็จ ครอง ตำแหน่งสูงแล้วแต่เป็นผู้มีความสามารถในการขาย ไม่ว่าจะอยู่ในตำแหน่งฝ่ายขายหรือไม่ก็ตาม นักบริหาร ผู้จัดการ หรือนักธุรกิจมืออาชีพที่ประสบความสำเร็จ จะต้องขายเป็น พวกเขาจะต้องขายไอเดีย และขายบุคลิกภาพของตนเองแก่คนรอบข้าง

ไม่ว่าคุณจะเลือกอาชีพการเป็นตัวแทนขาย หรือธุรกิจอื่น หากตั้งใจมั่นว่าจะต้อง ประสบความสำเร็จ...คุณจะต้องเรียนรู้ศิลปะการขายอย่างสร้างสรรค์ ในชีวิตธุรกิจการงาน คุณจะต้องขายไอเดีย ขายความสามารถ ขายตัวคุณเอง หากต้องการเข้าใจการขายอย่าง สร้างสรรค์ คุณก็จำเป็นต้องเรียนรู้วิถีชีวิตจากผู้ที่ยึดถือการขายเป็นอาชีพเลี้ยงชีวิต ในการ ขายที่มีประสิทธิภาพ คุณจะต้องเตรียมตัวให้พร้อม ต้องรู้จักสินค้า รู้ต้นทุนค่า และจำเป็นต้อง สร้างทัศนคติเชิงบวกที่มีความสำคัญต่อความสำเร็จ ทั้งในด้านการขาย และแง่มุมอื่นๆ ในชีวิตธุรกิจ

เราจะเตรียมตัวให้พร้อมสำหรับการขายได้อย่างไร วิธีที่ดีที่สุด คือศึกษาจากนักขาย ที่ประสบความสำเร็จ ในสาขาการตลาด จะมีนักขายเพียง 20 เปอร์เซ็นต์ ที่มียอดขายได้ ถึง 80 เปอร์เซ็นต์ ทำไมจึงเป็นเช่นนั้น ? เหตุผลก็คือยอดนักขายเหล่านี้มีคุณสมบัติโดดเด่น ที่นักขายธรรมดาไม่มี คุณลักษณะนี้คือ "พลังขับ"

"พลังขับ" คือความเต็มใจที่จะทำงานหนัก ไม่ย่อท้อแม้แต่จะพานพบอุปสรรค พลัง ขับจะพบเห็นได้ในยอดนักกีฬาระดับโลก ผู้นำผู้ยิ่งใหญ่ นักบริหารที่ประสบความสำเร็จ และยอดนักขาย พลังขับเป็นวิญญานแห่งการต่อสู้ ความมุ่งมั่นสู่ความสำเร็จอย่างไม่ลดละ คุณจะพัฒนาพลังขับได้อย่างไร?

1.1 เต็มใจที่จะทำงานหนัก นักขายที่ประสบความสำเร็จจะออกตระเวนเยี่ยมลูกค้า ในพื้นที่ของตนแทนการนั่งจับเจ้าเฝ้าโต๊ะ ผู้จัดการที่ประสบความสำเร็จก็จะตระเวนพื้นที่ของ ตนเช่นกันหากต้องการควบคุมให้แผนกของตนดำเนินงานอย่างมีประสิทธิภาพ ผู้จัดการ จำเป็นต้องจู้ทุกแง่มุมของงานที่ตนจัดการ และรู้จักลูกน้องได้บังคับบัญชา นักธุรกิจมือ อาชีพในทุกสาขาจะต้องมีพลังขับที่จะใช้ในการวิจัยเพื่อหาหนทางแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นในพื้นที่ ของตน

1.2 จัดเวลาอย่างมีประสิทธิภาพ ข้อเสนอแนะในการจัดเวลาให้มีประสิทธิภาพ สิ่งสำคัญที่สุดก็คือ การจัดตารางเวลา โดยตัดสินใจว่าในแต่ละวันเราจะทำงานได้มากที่สุดเพียงใด เมื่อมีตารางเวลาแล้ว ก็ต้องปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัด

1.3 ตั้งเป้าให้สูงเข้าไว้ นักธุรกิจที่ประสบความสำเร็จต่างตั้งเป้าไว้สูงกว่าข้อกำหนดของบริษัท นักขายก็เช่นเดียวกัน ยอดนักขายแต่ละคนจะตั้งโควตาจำนวนลูกค้าที่ต้องออกไปพบในแต่ละวัน ทุกคนจะต้องไปพบลูกค้าให้ได้ตามจำนวนที่ตั้งไว้ โดยไม่สนใจโควตาการขายเมื่อมีการพบปะ ยอดขายจะติดตามมาเองคุณก็จะได้ใช้เทคนิคนี้ ตั้งเป้าหมายให้สูงเข้าไว้ ไม่ว่าคุณจะอยู่วงการใด ตัวอย่างเช่น หากผู้บังคับบัญชาของคุณกำหนดให้คุณกรอกแบบฟอร์มสัปดาห์ละ 15 ชุด คุณตั้งเป้าหมายส่วนตัวไว้ว่า จะต้องกรอกแบบฟอร์มให้ได้สัปดาห์ละ 20 ชุด โดยวิธีนี้ คุณแน่ใจได้ว่า งานของคุณจะเสร็จตามข้อกำหนด และอาจจะทำงานล้าหน้าไปได้อีกด้วย

1.4 ตื่นตัวกระตือรือร้น นักขายที่ประสบความสำเร็จ จะเป็นคนที่รักงานที่ตนทำ เหตุผลก็เพราะพวกเขาเชื่อมั่นในการขายความคิด สินค้าหรือบริการ ว่าเป็นการทำประโยชน์ให้แก่ลูกค้าเช่นเดียวกัน ผู้นำทางธุรกิจไม่ว่าจะอยู่ในสาขาใด จะมีความเชื่อมั่นในงานของตน และรักที่จะทำงานของตนให้ดีที่สุด

รู้จักสินค้า

หากการขายจะประสบความสำเร็จ คุณจะต้องเชื่อมั่นในสินค้าของคุณเสียก่อน คุณจะต้องขายสินค้านั้นให้ตนเองให้ได้เสียก่อน ถ้าคุณไม่เชื่อมั่นในสินค้า ...อย่าพยายามจะขาย ก่อนจะขายสินค้านั้นให้ตนเองได้ คุณจำเป็นต้องรู้จักสินค้านั้นให้ดีเสียก่อน จำกัดความให้ชัดเจนขึ้นคือ รู้คุณค่าของสินค้าที่มีต่อลูกค้า คัมภีร์การตลาดของคุณค่าที่ผลิตภัณฑ์มีต่อลูกค้าคือ...ประโยชน์ (benefits)

คำกล่าวของยอดนักขาย - เฮลเมอร์ วิลเลอร์ ที่มักจะยกมากล่าวอ้างจนแทบจะเป็นสุภาษิตไปแล้ว คือ "อย่าขาย(สติก)เนื้อสัน...จงขายรสชาติ" หรืออีกความหมายหนึ่งคือ อย่าขายผลิตภัณฑ์...ขายประโยชน์ ลูกค้าจะได้รับประโยชน์อะไรบ้าง? จะมีผลกระทบต่อลูกค้าอย่างไร? ทำไมลูกค้าจึงต้องซื้อสินค้านั้น?

ทำไมสินค้านั้นจึงต้องผลิตขึ้นมา? ผลิตภัณฑ์ ไอเดีย หรือบริการ ล้วนแล้วแต่ได้รับการพัฒนาขึ้นมาเพื่อประโยชน์ของผู้ใช้ หากไม่มีผู้ใช้ ก็จะไม่มีการผลิตสินค้า คุณรู้ว่าทำไมจึงต้องมีการผลิตสินค้านั้น คุณก็จะรู้ว่าความต้องการของลูกค้า(ที่จะใช้สินค้านั้น) หากสินค้าของคุณคือไอเดีย ลูกค้าของคุณก็คือผู้จัดการของบริษัท มองหาประโยชน์ที่จะได้รับจากไอเดียของคุณ...เฟื่องความสนใจไปที่การขายประโยชน์ของไอเดีย

ทัศนคติเชิงบวกมีผลต่อความสำเร็จ

ความสำเร็จในการขาย ส่วนใหญ่จะเกิดจากทัศนคติของคุณในยามที่คุณพบปะกับลูกค้า ทัศนคติของคุณจะสะท้อนออกมาในทุกคำพูดของคุณ ในน้ำเสียง สีหน้า หรือ กิริยาท่าทาง หากคุณมีทัศนคติเชิงบวก คุณจะส่งสัญญาณทางบวกไปยังลูกค้า เกิดความอบอุ่น เป็นมิตรในตัวของคุณ จะนำไปสู่เป้าหมายสูงสุด นั่นก็คือ การขายสินค้าได้เป็นผลสำเร็จ ทัศนคติแง่ลบนับว่าเป็นอันตรายอย่างยิ่งต่องานขาย

ทัศนคติใดบ้างที่เป็นองค์ประกอบแห่งความสำเร็จ พิจารณาหัวข้อต่อไปนี้ แล้วพัฒนาทัศนคติเหล่านั้นขึ้นมาใช้งาน

1.1 ความเชื่อมั่นในตนเองพนักงานขายต้องมีความเชื่อมั่นในตนเอง ตลอดจนเชื่อมั่นในคุณภาพของสินค้า ว่ามีคุณสมบัติพิเศษที่จะให้ประโยชน์ต่อลูกค้าอย่างแท้จริง การจะมีความเชื่อมั่นเช่นนั้น ต้องประกอบไปด้วยปัจจัยหลายอย่าง เช่น ความพร้อมของพนักงานขายในเรื่องบุคลิกภาพ ความรู้ความเข้าใจ ต่อผลิตภัณฑ์นั้นอย่างแท้จริง กลยุทธ์การขาย รู้จักความต้องการของลูกค้า รู้จักจุดเด่นของสินค้า และรู้สึกว่าคุณมีอะไรสักอย่างที่จะช่วยลูกค้าได้

1.2 ความกระตือรือร้น หากคุณเชื่อมั่นเต็มเปี่ยมว่าสินค้าของคุณจะอำนวยความสะดวกให้ลูกค้าได้ คุณจะติดต่อลูกค้าได้อย่างกระตือรือร้น ความกระตือรือร้นติดต่อแพร์ถึงกันได้ หากคุณมีความกระตือรือร้น ลูกค้าของคุณจะรับรู้ได้... ผลก็คือคุณขายสินค้าได้สำเร็จ ความกระตือรือร้นมีความสำคัญอย่างไร? เฟรเดอริก วิลเลียมสัน อดีตประธานบริษัทไฟไนจยอร์กเซ็นทรัล ถือว่าความกระตือรือร้น เป็นเคล็ดลับสำคัญของความสำเร็จ เขาเขียนไว้ว่า " ยิ่งผมอยู่นานเท่าใด ผมยิ่งรู้สึกว่า ความกระตือรือร้นเป็นเคล็ดลับสำคัญที่คนส่วนใหญ่มักมองข้ามไป ความแตกต่างของทักษะ ความสามารถ และสติปัญญา ไม่ได้แตกต่างกันจนเห็นชัด หากมีคนที่สองคนที่มีคุณสมบัติเท่าเทียมกัน...ผู้ที่มีความกระตือรือร้นกว่า ย่อมจะได้เปรียบ และคนที่มีความสามารถต่อยกว่า แต่ทว่ามีความกระตือรือร้นเต็มเปี่ยม มีหนทางที่จะเอาชนะผู้ที่เปี่ยมด้วยความสามารถ หากแต่ขาดความกระตือรือร้น"

ความกระตือรือร้นหมายถึงความถึง ความเชื่อมั่นที่คุณมีต่องานและรักงานที่ตนเองทำ สำหรับคนที่มีความกระตือรือร้น งานทุกชิ้นเป็นเรื่องสนุก ไม่ว่าจะยากเย็นหรือมีปริมาณงานไหน ใครก็ตามที่มีแนวคิดเช่นนี้ มุ่งสู่ดวงดาวและความสำเร็จได้อย่างราบรื่น ความกระตือรือร้นจะเอาชนะความกลัว และความเหน็ดเหนื่อยได้ การพัฒนาความกระตือรือร้นมีเพียง 2 ขั้นตอน ได้แก่ เชื่อมั่นในสินค้า และบริการ ที่จะอำนวยความสะดวกให้ลูกค้าได้ และประการที่สอง ทำตัวให้กระตือรือร้น คุณจะรู้สึกกระตือรือร้นเอง

1.3 ผลิตภัณฑ์ของคุณนำไปใช้ประโยชน์ได้อย่างไร ทักษะที่นำมาปรับใช้ประกอบด้วย

1.3.1 การพิจารณาคู่แข่ง ว่าสินค้าอยู่ระดับใดเมื่อเทียบกับคู่แข่ง สินค้าของคุณมีจุดเด่นข้อใดบ้างที่เหนือกว่าสินค้าคู่แข่ง ซึ่งสามารถนำไปเป็นจุดขายสินค้าของตัวเองได้อย่างชัดเจน

1.3.2 ตลาดของสินค้าอยู่ที่ไหน ใครต้องการสินค้าชนิดนี้ ผู้ที่ต้องการคือคนที่ซื้อสินค้าของคุณ เพราะความจริงแล้วหากไม่มีความต้องการในสินค้า คุณจะไม่มีทางขายได้แน่นอน ถ้าคุณจะขาย จำเป็นต้องรู้ตลาดที่ต้องการสินค้าก่อน

1.3.3 รู้จักลูกค้า ก่อนที่จะขาย นอกจากจะรู้จักสินค้าเป็นอย่างดีแล้ว คุณจะต้องรู้จักลูกค้าด้วย คุณต้องรู้ว่าทำไมลูกค้าจึงต้องการจะซื้อ อะไรทำให้ลูกค้าเป็นส่วนหนึ่งของตลาดคุณ อยากจะรู้จักลูกค้า คุณต้องศึกษารายละเอียดเกี่ยวกับลูกค้า ต้องมองหาประโยชน์ที่ลูกค้าจะได้รับจากสินค้าของคุณ

1.3.4 ใช้กลยุทธ์ "คุณ" แทนที่จะเป็น "ผม หรือ เรา" คิดถึงแต่เฉพาะลูกค้าเพียงอย่างเดียว ไม่ว่าจะเป็นความต้องการ ความจำเป็น หรือความปรารถนาของลูกค้า นี่คือความหมายของกลยุทธ์ "คุณ" อย่าได้บอกว่า "สินค้าของเราจะ..." แต่ควรใช้ประโยคว่า "คุณจะได้รับ..." ฯลฯ กลยุทธ์ "คุณ" ไม่เป็นเพียงแค่เทคนิคการขาย แต่การใช้คำว่า "คุณ" หรือเยยชื่อลูกค้าบ่อยครั้ง แสดงว่าคุณเห็นความสำคัญของลูกค้ามาเป็นอันดับแรก คุณสนใจแต่เฉพาะประโยชน์ของลูกค้า กลยุทธ์ "คุณ" จึงเป็นกุญแจดอกสำคัญ ที่จะไขไปสู่ความสำเร็จในงานขาย

1.3.5 แสดงชัดว่าคุณนับถือการตัดสินใจของลูกค้า แต่อย่าพยายามเยินยอโดยปราศจากความจริงใจ การเยินยอจนเกินเหตุ จะไม่มีผลอะไร ลูกค้ามีแต่จะรู้สึกว่าคุณกำลังจะพยายามปิดหูปิดตาเขา เมื่อลูกค้าไม่เชื่อคำเยินยอของคุณ เขาจะถือว่ามีเรื่องอื่นที่คุณพูดเป็นเท็จไปหมด ในทางตรงกันข้าม หากคุณเข้าถึงลูกค้าด้วยความซื่อตรง นับถือการตัดสินใจในสาขาที่เขาชำนาญเป็นพิเศษด้วยความจริงใจ ลูกค้าจะนับถือความสามารถในการวิเคราะห์ของคุณ ผลที่ติดตามมาคือ เขาจะเชื่อการวิเคราะห์ของคุณที่จะมองเห็นความต้องการของเขา และสินค้าของคุณที่จะสนองความต้องการของเขาได้

1.3.6 ฟังความเห็นของลูกค้า คุณลักษณะข้อนี้ดูเหมือนจะเป็นสามัญสำนึกธรรมดาในตัวเอง แต่ก็น่าแปลกใจที่นักขายมือเก่าหลายต่อหลายคน ฝ่าฝืนกฎเกณฑ์ข้อนี้วันละหลายร้อยครั้ง นักขายเหล่านี้ขายสินค้ามานาน จนคิดว่าตนรู้ว่าลูกค้าอัปาทอยากพูดอะไร นักขายมือเก่า จะพร้อมกระโดดไปหาข้อสรุป บ่อยครั้งที่ขัดคอลูกค้าด้วยคำตอบ ก่อนที่ลูกค้าจะทันได้ถามจบประโยค พวกเขาคิดว่า ไม่จำเป็นต้องฟังคำถามหรือความคิดเห็นของลูกค้าอีกต่อไป นับเป็นข้อผิดพลาดใหญ่หลวง...ผิดพลาดถึง 3 ประการที่สำคัญทีเดียว นั่นคือ

1) สินค้าที่ขายเป็นสินค้าเดิม แต่ลูกค้าแต่ละคนเปลี่ยนหน้าไป แล้ว จำได้ไหมว่าการรับฟังความคิดเห็นของลูกค้า จะช่วยให้เรารู้ความต้องการ ความปรารถนา ความกลัวและความกังวลของลูกค้า จะมีแต่การรับฟังลูกค้าเท่านั้นที่จะช่วยให้รู้ว่า ลูกค้ากำลังคิดอะไรอยู่ คุณจะขายสินค้าได้ต่อเมื่อรู้ว่าสินค้านั้นจะสนองความต้องการของลูกค้าได้

2) การรับฟังด้วยความตั้งใจจะทำให้รู้ถึงเหตุจูงใจในการซื้อที่ซ่อนอยู่ในใจลูกค้า และหนทางอื่นที่สินค้าของคุณจะช่วยงานลูกค้าได้...หนทางอื่นๆที่คุณไม่เคยคิดมาก่อน เปิดหูให้กว้างเข้าไว้ รอฟัง " สัญญาณการสั่งซื้อ " ที่จะบอกว่าคุณพร้อมแล้วที่จะซื้อสินค้า

3) การยึดเยียดคำตอบใส่หน้าลูกค้าก่อนที่ลูกค้าจะทันถามจบ... ที่แยกว่านั่น การพูดสอดขึ้นมากลางคัน ถือได้ว่าเป็นการดูหมิ่นสติปัญญาของลูกค้า การดูหมิ่นซึ่งหน้าจะทำให้ลูกค้าขุ่นเคือง และจะไม่ซื้กตามอีกต่อไป เมื่อลูกค้าปิดประตูเสียแล้ว หนทางการขายของยอดนักขายก็จะปิดตายตามไปด้วย

นักขายที่มีประสบการณ์จะรับฟังทุกคำพูดของลูกค้าด้วยความตั้งใจ แม้ว่าเขาจะเคยได้ยินคำถามนี้มานานับพันครั้งแล้วก็ตาม เขาจะหยุดคิดชั่วครู่ก่อนจะให้คำตอบ จะทบทวนพิจารณาก่อนว่า หัวไม่ลูกค้าจึงถามคำถามนี้ จากนั้นจึงจะให้คำตอบ เมื่อลูกค้ารับรู้ว่า คำถามทุกข้อของเขาได้รับการพิจารณา จะเป็นการสร้างบรรยากาศเป็นมิตร กระตุ้นให้ลูกค้าสอบถามต่อไป คุณจะได้ออกาสอันดีที่จะค้นลึกเข้าไปในความคิดของลูกค้า จะรู้ว่าอะไรคือเหตุจูงใจให้เขาอยากซื้อสินค้า

1.3.7 อย่าเถียงลูกค้า คำกล่าวของชวานักขายถือว่า "เถียงให้ชนะ แต่อย่าหวังจะขายได้" การโต้เถียงไม่ว่ากรณีใดก็ตาม ไม่เกิดผลใดๆทั้งสิ้น คนที่รับฟังการโต้เถียง จะปิดหูไม่ยอมรับเรื่องราวใดๆ

1.3.8 อย่าพูดเกินความจริง หากโอเคเดียวหรือสินค้าของคุณดีอยู่แล้ว คุณไม่จำเป็นต้องขยายคำพูดเกินความจริง ปล่อยให้สินค้า หรือโอเคเดียวประกาศเกียรติคุณของมันเอง พยายามต่อมตัวมากกว่าคุยโอ้ โดยสรุปก็คือ อย่ากล่าวอ้างเกินจริง ..." กล่าวอ้างแค่ตอก... ให้สินค้าบอกคุณค่าเป็นวา "

1.3.9 แสดงความต้องการจะช่วยเหลือลูกค้าด้วยความจริงใจ คุณลักษณะข้อนี้ถือได้ว่าเป็นผลรวมของคุณลักษณะที่กล่าวมาทุกข้อ คุณแสดงความต้องการจะช่วยเหลือลูกค้าด้วยความจริงใจ เพราะคุณเชื่อมั่นว่าสินค้าของคุณจะต้องอำนวยความสะดวกต่อลูกค้าได้...คุณจะไม่เพ่งมองแต่ความต้องการของลูกค้าเท่านั้น (กลยุทธ์ "คุณ") คุณนับถือการตัดสินใจของลูกค้า คุณรับฟังลูกค้าด้วยความตั้งใจ คุณไม่เถียง ไม่ทับถมคู่แข่ง

ไม่ว่าคุณจะทำอะไร การใช้ทัศนคติเชิงบวก จะช่วยสร้างบรรยากาศที่ประกันได้ว่า จะต้องประสบความสำเร็จ ทัศนคติเชิงบวกเป็นอาวุธสำคัญที่นักขายที่ประสบความสำเร็จ ถือมันประจำ การนำทัศนคติเชิงบวกไปใช้ในชีวิตประจำวันทุกกรณีไม่ว่าจะเป็นการโน้มน้าว จูงใจให้ผู้คนยอมรับหรือสั่งซื้อสินค้าได้เป็นผลสำเร็จ นั่นก็หมายความว่า คุณเรียนรู้ศิลปะการขายอย่างสร้างสรรค์ได้จนจบแล้ว

เทคนิคและศิลปะการขาย

ลักษณะการปฏิบัติงานขาย

งานขายในปัจจุบันแตกต่างจากงานขายในอดีตที่ผ่านมา ลักษณะพนักงานขายแบบเก่าอาจยึดถือแบบฉบับของการขายโดยการแต่งกายดี มีรสนิยมสูง และพูดจาตลก เพื่อสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้า ถ้าหากพนักงานขายยังคงยึดแบบฉบับการขายเช่นนี้ คงจะถึงจุดจบของพนักงานขายเร็วขึ้น สภาพของพนักงานขาย ในปัจจุบันต้องมีลักษณะของความเฉลียวฉลาด มีความอดทนสูง รู้หน้าที่บทบาทของตนเอง ศึกษาถึงความต้องการของลูกค้า ให้ความสำคัญความสนใจของลูกค้ามาสู่สินค้าของบริษัท สนใจและมีส่วนร่วมต่องานขายทั้งหมด ให้การแนะนำ ให้บริการแก่ลูกค้า และสามารถเก็บรวบรวมข้อมูลทางการตลาดมาแนะนำเสนอบริษัทได้

ลักษณะการขายที่แตกต่างไปจากเดิม ธุรกิจต่างประสบปัญหาในการจัดหาพนักงานขายที่มีประสิทธิภาพ คุณสมบัติที่พนักงานขายต้องมีในปัจจุบัน บุคลิกภาพดี มีมนุษยสัมพันธ์ ชอบองค์กร ชอบแก้ปัญหา ชอบเดินทาง สร้างความพอใจให้ลูกค้า เก็บรวบรวมข้อมูลได้ มีศิลปะการจัดตกแต่งร้านได้ พนักงานขายต้องทำงานเกี่ยวกับบุคคลจำนวนมาก ที่มีลักษณะนิสัยแตกต่างกัน ระดับของสังคมแตกต่างกัน พนักงานขายจึงต้องมีความอดทน อดกลั้นต่อสภาวะความกดดันต่างๆ มาก เป็นงานที่ทำทลายความสามารถของแต่ละบุคคล พนักงานขายทำหน้าที่เป็นตัวแทนของบริษัทออกไปเสนอขายสินค้าตามที่ต่างๆ อยู่ภายใต้การควบคุมของผู้บังคับบัญชาของเขา แต่บทบาทของการควบคุมจากผู้บังคับบัญชา จะมีน้อยมากและไม่ได้เป็นการควบคุมโดยตรงเพื่อที่จะให้งานขายบรรลุงานขายที่ต้องการได้ พนักงานขายจะต้องทำงานหนักทั้งร่างกายและสภาวะจิตใจ บางครั้งพนักงานขายอาจต้องการความช่วยเหลือจากพนักงานอื่นๆ ในองค์กรให้ช่วยแนะนำลูกค้าให้ ให้พนักงานอาวุโสแนะนำบุคคลที่รู้จักให้พนักงานขาย เพื่อความสะดวกในการเข้าพบและเสนอขายสินค้า พนักงานขายค่อนข้างจะมีอำนาจในการจ่ายเงินของบริษัทมากกว่าพนักงานในหน่วยงานอื่นๆ เพราะเขามีหน้าที่รับผิดชอบในการใช้จ่ายเงินทางด้านการรับรองลูกค้า ค่าที่พัก ค่าอาหาร ค่าเดินทาง และค่าใช้จ่ายทางธุรกิจอื่นๆ แต่การใช้จ่ายเหล่านี้จะมีอิทธิพลต่อต้นทุนทางการตลาด และกำไรของบริษัทที่พนักงานขายต้องคำนึงถึงด้วย

งานขายมีความจำเป็นที่ต้องการบุคคลที่มีความสามารถเดินทาง และใช้เวลาส่วนใหญ่ห่างไกลครอบครัวได้ บางครั้งพนักงานขายถูกส่งไปอยู่อาณาเขตการขายที่ห่างไกล ความเจริญเพื่อหาทางขายสินค้า จะต้องเข้าไปอยู่ในกลุ่มบุคคลที่ไม่รู้จัก มีขนบธรรมเนียม ประเพณีแตกต่างกันไป และในระหว่างการเดินทางอาจมีปัญหาด้านที่พัก ด้านอาหาร ทำให้เกิดความกดดันด้านจิตใจได้ ดังนั้น การทำงานขายจึงค่อนข้างจะลำบากและยุ่งยาก กว่างานด้านอื่นๆ

ขั้นตอนการปฏิบัติงานขาย (Personal Selling Process)

หลักเกณฑ์ทางด้านศิลปการขาย ซึ่งเป็นหลักปฏิบัติเกี่ยวกับการติดต่อของผู้ซื้อและผู้ขาย การพัฒนากระบวนการขายให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ประกอบด้วยขั้นตอนการเสนอขายสินค้าของพนักงานขาย ดังต่อไปนี้

1. การกำหนดและแสวงหาผู้มุ่งหวัง (ผู้ที่คาดว่าจะเป็นผู้ซื้อ)
2. การเตรียมการก่อนเข้าพบ เตรียมหาข้อมูล เตรียมตัวในการเข้าพบลูกค้า
3. การเข้าพบลูกค้า เพื่อสร้างความสนใจให้แก่ลูกค้า
4. การนำเสนอขาย เพื่อที่จะกระตุ้นความต้องการของลูกค้า บางครั้งอาจ

จำเป็นต้องมีการสาธิตสินค้าด้วย

5. การขจัดข้อโต้แย้ง เมื่อลูกค้ามีปัญหา ก็จะสามารถแก้ไขปัญหานั้นให้กับลูกค้าได้
6. การปิดการขาย นำไปสู่ขั้นตอนการตัดสินใจของผู้ซื้อ พนักงานขายปิดการขายได้ หมายความว่ามีการขายสินค้าได้
7. การติดตามผล เป็นการบริการ หรือช่วยเหลือผู้บริโภคภายหลังการซื้อ เพื่อให้ผู้ซื้อพึงพอใจและมีการซื้อสินค้าอีกในครั้งต่อไป

การค้นหาลูกค้า

ขั้นแรกสุดของคุณคือ ต้องหาลูกค้าให้ได้เสียก่อน คุณจะขายสินค้าให้ใคร? จะไปหาที่ไหน? (ในภาษาอังกฤษ ผู้ที่ซื้อสินค้าและบริการแล้ว จะเรียกว่า customer ส่วนผู้ที่ซื้อสินค้าหรือบริการเรียกว่า prospects การตระเวนหาผู้ที่มาซื้อ เรียกว่า prospecting) การควานหาลูกค้าเปะปะ และการค้นหาลูกค้าอย่างมีระบบ มีผลแตกต่างกันอย่างเด่นชัด เพราะการควานหาเปะปะ เสียทั้งเวลา และอาจขายสินค้าไม่ได้ แต่การค้นหาลูกค้าอย่างมีระบบ มีลู่วางที่จะให้ผลตอบแทนต่อเวลาไปอย่างคุ้มค่า ขอให้ระลึกไว้เสมอว่า หากสินค้าของคุณตอบสนองความต้องการของคนบางกลุ่ม การตระเวนหาลูกค้าก็จะแคบลง แต่ถ้าจำเป็น คุณสามารถค้นหาลูกค้าจากแหล่งดังต่อไปนี้

1. บุคคลชั้นนำ ผู้นำทั้งในวงธุรกิจ ผู้นำชุมชน หรือฝ่ายจัดการในบริษัทของคุณ จะสามารถแนะนำชื่อลูกค้า รวมทั้งแนะนำคุณให้ลูกค้ารู้จักได้

2. บันทึกของบริษัท ใครคือลูกค้าในอดีตของบริษัท หากลูกค้าเหล่านี้เคยได้รับความพึงพอใจมาก่อน ก็น่าจะได้รับ ความพึงพอใจซ้ำอีก

3. สอดสายสายดาสังเกตการณ์ เปิดหูเปิดตาให้กว้างเข้าไป คุณอาจจะเห็นลูกค้าได้ในหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น หรือจากคำบอกเล่าจากเพื่อนฝูง คุณอาจจะเห็น " ความต้องการ " ของลูกค้าในตอนที่เดินเลี้ยวหัวมุมถนนก่อนเข้าบริษัท... ใช้ความคิดสร้างสรรค์ พยายามคิดหาวิธีที่จะนำเอาสินค้าหรือไอเดียเข้าไปปรับในเหตุการณ์ใหม่... ที่จะสร้างลูกค้าชุดใหม่ขึ้นมาอีก

4. ไตรเอดคอร์หรือรายชื่อที่ส่งชื่อทางไปรษณีย์ หากสินค้าของคุณเหมาะกับลูกค้ากลุ่มใดกลุ่มหนึ่งเท่านั้น คุณจำเป็นต้องเน้นที่เทคนิคการขายแทนที่จะตระเวนหาลูกค้าไตรเอดคอร์หรือลูกค้าเฉพาะกลุ่ม มีการรวบรวมไว้เป็นเล่ม

5. ลูกค้าเก่า เป็นแหล่งสำคัญที่จะช่วยแนะนำลูกค้าใหม่ให้คุณ หากลูกค้าเก่าพอใจในสินค้าของคุณ เขาจะเป็นผู้รับรองคุณภาพของสินค้า ขอรายชื่อลูกค้าใหม่กับเขาและขออนุญาตนำชื่อของเขาเป็นผู้รับรองสินค้าเมื่อติดต่อลูกค้าใหม่ คำรับรองจากลูกค้าเก่า นอกจากจะได้ลูกค้าใหม่อีกส่วน ยังช่วยประกันความสำเร็จในการขายได้อีกด้วย

วิธีการเข้าพบลูกค้า

พนักงานขายต้องเตรียมตัวให้พร้อม เพื่อเข้าพบลูกค้า ทั้งด้านร่างกาย จิตใจ ทักษะการขาย รวมทั้งความรู้ในผลิตภัณฑ์ที่ชัดเจน โดยสรุปหลักการเข้าพบลูกค้า มีดังนี้

1. การแต่งกาย และสุขอนามัยบุคคลที่ดีและเหมาะสม
2. การทักทาย และยิ้มแย้ม แจ่มใสดึงดูดใจลูกค้า
3. ทำความรู้จักลูกค้าอย่างจริงจัง
4. สนทนาและเจรจา กับลูกค้าอย่างกระตือรือร้นและสุภาพ
5. มีการติดตามผลอย่างต่อเนื่อง และหาโอกาสพบลูกค้าอีก

การนำเสนอให้ประสบความสำเร็จ

การวางแผนการนำเสนอ ประกอบด้วย 5 ขั้นตอนที่จะช่วยให้ประสบความสำเร็จ ไม่ว่างานขายใดก็ตาม ได้แก่

ขั้นตอนที่ 1 รุกเข้าหาลูกค้า การรุกเข้าหาเป็นการเปิดการขาย จุดมุ่งหมายก็เพื่อกระตุ้นให้ลูกค้าสนใจในสินค้า และเป็นการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า คุณต้องแสดงกิริยาที่ดีที่สุดขณะเข้าพบลูกค้า แสดงความเป็นมิตร เปี่ยมด้วยมารยาท หากการนัดหมายไม่จำกัดเวลาและคุณรู้สึกว่าลูกค้าอารมณ์ดี มีเวลาคุย คุณอาจจะทักทายชวนคุยเรื่องต่างๆ ที่ลูกค้าสนใจก่อนที่จะเข้าเรื่อง...แต่บ่อยครั้งเกินไปที่นักขายมือใหม่ มักจะใช้การพูดคุยกั ทายเพื่อการประวิงเวลา ไม่ยอมเผชิญการทำขายอย่างแท้จริงคือการขาย แต่ทั้งนี้ก็นั่งอยู่

กับลูกค้า หากลูกค้าเป็นคนเริ่มชวนคุย คุณจะต้องสานต่อ ขอให้ระลึกเสมอว่า คนเราทุกคนหลงเสียงตนเองเป็นที่สุด...ป้อนคำถาม แสดงความสนใจเต็มที่ และรับฟังด้วยความตั้งใจ เมื่อผ่านขั้นตอนนี้แล้ว ลูกค้าก็พร้อมที่จะรับฟังเรื่องของคุณ คุณอาจจะทิวความสนใจของลูกค้า ด้วยการนำเสนอประโยชน์ที่ลูกค้าควรได้รับ หรือถามคำถามสำคัญ

ขั้นตอนที่ 2 การนำเสนอ เมื่อลูกค้าทิวความสนใจเต็มที่ให้คุณแล้ว ก็ถึงเวลาที่ลูกค้าก้าวเข้าสู่ขั้นตอนการนำเสนอ เพื่อเป็นการพิสูจน์ว่าสินค้าของคุณสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างเหมาะสม สิ่งสำคัญที่สุดที่ต้องเตือนตนเองอยู่เสมอ Go คุณกำลังจะขายประโยชน์ของสินค้าที่ลูกค้าควรได้รับ พร้อมยึดแนวความคิดที่ตลอดการนำเสนอ

ขั้นตอนที่ 3 การสาธิต ถ้าเป็นไปได้ เปิดโอกาสให้ลูกค้าได้ทดลองด้วยตัวเองนำเครื่องตัวอย่างให้ลูกค้าได้ลองใช้ เปิด ปิดเครื่อง ดูการทำงาน หรือคุณอาจสาธิตโดยการใช้ หุ่นจำลอง ตัวอย่างสินค้า โบชัวร์ ภาพยนตร์ หรือแอนิเมชั่น เคล็ดลับอยู่ที่การให้ลูกค้าใช้ประสาทรับรู้ให้หลายทางที่สุด เพื่อเพิ่มน้ำหนักการนำเสนอ พูดให้น้อยลง สาธิตมากขึ้น

ขั้นตอนที่ 4 หลังจากที่คุณนำเสนอและผ่านขั้นตอนการสาธิตแล้ว คุณก็พร้อมที่จะปิดการขาย โดยหลักการแล้วคุณน่าจะผ่านขั้นตอนการปิดการขายไปสู่การ "ขอบคุณที่สั่งซื้อ" ได้อย่างง่ายดาย...แต่จะทำอย่างไรหากเรื่องราวไม่ราบรื่นตามทฤษฎีอย่าปล่อยให้การโต้แย้งจากลูกค้าทำให้คุณเสียขวัญ การโต้แย้งเป็นเรื่องธรรมดาที่เกิดขึ้นได้ หรือเป็นเรื่องที่อาจเกิดขึ้นบ่อยๆด้วยซ้ำไป เพราะการโต้แย้งหลายอย่าง แท้จริงแล้ว เป็นสัญญาณการสั่งซื้อที่แปลงโฉมมา หากลูกค้าไม่สนใจสินค้า เขาจะไม่ยอมเสียเวลาโต้แย้งเลย การโต้แย้งแสดงให้เห็นว่าลูกค้ากำลังขังใจ อยากจะซื้อสินค้า การโต้แย้งของลูกค้าจะช่วยให้คุณค้นหามูลเหตุ จุดใจที่จะสั่งซื้อได้ง่ายขึ้น เมื่อใดที่คุณรู้ว่ามูลเหตุจุดใจลูกค้าอยู่ที่ใด คุณก็สามารถเน้นประโยชน์ข้อที่ลูกค้าต้องการให้เด่นชัด

ขั้นตอนที่ 5 การปิดการขาย การปิดการขายของคุณ คือการที่ลูกค้ายอมรับข้อเสนอของคุณ แต่ก็มีหลายคนที่ล้มคว่ำไม่เป็นท่า แม้จะปูพื้นทำทุกขั้นตอนมาจนถึงขั้นปิดการขายอยู่แล้ว... ความผิดพลาดอยู่ที่ทัศนคติ นักขายเหล่านี้มองข้ามความสำคัญของทัศนคติเชิงบวก เมื่อคุณก้าวเข้าใกล้การปิดการขาย รุกคืบเข้าไปด้วยทัศนคติเชิงบวก...เชื่อมั่นในสินค้าของคุณว่าจะอำนวยความสะดวกให้ลูกค้าได้ จากนั้นจึงช่วยให้ลูกค้าซื้อสินค้าด้วยความกระตือรือร้นท้ายสุดอย่ารุกเข้าหากการปิดการขายด้วยความกลัวความผิดพลาดล้มเหลวหากพลาดหวังเป็นครั้งคราว อย่าได้ท้อแท้สิ้นหวัง ใช้เหตุการณ์เช่นนี้เป็นบทเรียน นำมาวิเคราะห์ ประเมินผลเพื่อหาข้อผิดพลาด และหาหนทางที่จะปรับปรุงฝีมือให้ดียิ่งขึ้น พยายามอย่าได้ลดละแนวโน้มนี่ที่จะประสบความสำเร็จอยู่ฝ่ายคุณแล้ว แทนที่จะกลัวการปิดการขาย ขอให้เฝ้ารอโอกาสนี้ และช่วยให้ลูกค้าตัดสินใจได้ถูกทาง ...เช่นซื้อลงในใบสั่งซื้อ

ขอเพียงคุณมีทัศนคติเชิงบวก คุณมีโอกาสปิดการขายได้ เคล็ดลับต่อไปนี้จะช่วยให้คุณปิดการขายได้สำเร็จ

- 1) ประเมินราคาในแง่ของประโยชน์
- 2) รอฟังสัญญาณซื้อ
- 3) พยายามปิดการขาย
- 4) ลองปิดการขายโดยตรง
- 5) ปิดการขายด้วยข้อปลีกย่อย

การขายโดยใช้บุคคล (Personal Selling)

การใช้บุคคลเป็นสื่อการติดต่อสื่อสาร จัดได้ว่าเป็นวิธีการที่สำคัญ เพราะสามารถเจรจาเสนอขายสินค้าและบริการได้โดยตรงแก่ลูกค้า ซึ่งการติดต่อสื่อสารโดยตรงนี้ ย่อมจะเป็นการสร้างความสนใจแก่ผู้ที่คาดว่าจะเป็ลูกค้าได้ดีกว่าวิธีอื่น ๆ เพราะสามารถที่จะตอบคำโต้แย้งหรือข้อสงสัยต่าง ๆ ได้ทันที ที่เรียกว่า การสื่อสารแบบ 2 ทาง (Two - Way communication) แต่วิธีการนี้จะประสบความสำเร็จหรือล้มเหลวในการขาย ย่อมจะต้องขึ้นอยู่กับความสามารถของตัวบุคคลที่เรียกว่า "พนักงานขาย" (Salesman)

ลักษณะสำคัญของการขายโดยพนักงานขาย

1. เป็นการเสนอขายแบบตัวต่อตัว (Face - To - Face) โดยสามารถเข้าถึงตัวลูกค้าได้
2. สามารถแก้ปัญหาเฉพาะหน้าที่เกิดขึ้นระหว่างการเสนอขายได้ทันที
3. สามารถรวบรวมข้อมูลจากลูกค้า เพื่อนำเสนอฝ่ายบริหารได้ปรับปรุงด้านการตลาดให้ดียิ่งขึ้น
4. พนักงานขายสามารถให้บริการอื่น ๆ แก่ลูกค้า นอกเหนือจากการขายได้อีกด้วย
5. สามารถทำให้บรรลุผลสำเร็จตามเป้าหมายของกิจการได้

กระบวนการขาย (Selling Process)

การขายที่พนักงานขายจะสามารถสร้างความสำเร็จให้กับตนเองได้ พนักงานขายจำเป็นต้องมีคุณสมบัติ 5 ประการ ดังนี้

1. ความรู้เกี่ยวกับตนเอง (Knowing Yourself) เป็นการสำรวจตนเองให้พร้อมในการปฏิบัติงานขาย ซึ่งการเตรียมความพร้อมเกี่ยวกับตนเองนั้น เป็นเรื่องเกี่ยวกับด้านต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

1.1 ด้านร่างกาย หมายถึง พนักงานขายจะต้องมีความสมบูรณ์ทั้งด้านร่างกายอันได้แก่ สุขภาพ รูปร่างหน้าตา กิริยาท่าทาง และการพูดขาย

1.2 ด้านจิตใจ หมายถึง พนักงานขายจะต้องเป็นผู้มีเจตคติที่ดี ต่อผลิตภัณฑ์
นายจ้างตนเอง การขาย ผู้อื่น และอนาคตของตนเอง

1.3 ด้านอารมณ์ หมายถึง พนักงานขายจะต้องเป็นผู้ที่สามารถควบคุมอารมณ์
ของตนเอง ดังนั้นจึงควรให้ความสนใจเรื่องต่อไปนี้ ปรับอารมณ์เข้ากับสถานการณ์ที่เกิด
ขึ้น พยายามกระตุ้นการตัดสินใจซื้อของลูกค้าให้เกิดบ่อยครั้ง กิริยาอาการทางอารมณ์ของ
เราขึ้นอยู่กับเจตคติของเรา ปลดปล่อยอารมณ์ที่ไม่ดีออกมาโดยไม่ให้เป็นโทษแก่ผู้อื่นและตนเอง
ตั้งใจให้แน่วแน่เพื่อให้ได้อารมณ์ที่ต้องการ

2. ความรู้เกี่ยวกับสินค้า (Knowing Product) เป็นการศึกษาให้รู้เกี่ยวกับรายละเอียด
ละเอียดต่างๆของสินค้าหรือบริการ ในเรื่องต่างๆ ดังนี้

- 2.1 วัตถุประสงค์ที่ใช้ในการผลิต
- 2.2 กระบวนการและวิธีการผลิต
- 2.3 วิธีใช้ที่ถูกต้อง
- 2.4 ผลประโยชน์ที่ลูกค้าจะได้รับ
- 2.5 วิธีบำรุงรักษา

ความรู้เกี่ยวกับสินค้าจะเป็นประโยชน์ต่อตัวพนักงานขาย ต่อผู้บริโภค
และต่อสังคมโดยรวม

3. ความรู้เกี่ยวกับบริษัท (Knowing Company) ในสภาพการณ์ปัจจุบัน ธุรกิจเต็ม
ไปด้วยการแข่งขัน บิดพลิ้วลูกค้าเป็นศูนย์กลางตามแนวความคิดตลอดสมัยใหม่ พนักงานขาย
จะต้องเป็นผู้มีความรู้ ความเข้าใจ เกี่ยวกับบริษัทที่เขาขายสินค้าอยู่อย่างถ่องแท้ เพราะผู้
ซื้อในปัจจุบันเป็นผู้มีการศึกษาที่ดีขึ้น มีความเฉลียวฉลาดมากขึ้น ดังนั้นเพื่อสามารถสร้าง
ความเชื่อมั่นให้แก่ลูกค้า พนักงานขายจึงต้องศึกษารายละเอียดของบริษัทเกี่ยวกับ ผู้บริหาร
นโยบายต่างๆ การจัดองค์กร และประวัติความเป็นมา

4. ความรู้เกี่ยวกับลูกค้า (Knowing Customers) การที่จะสามารถสร้างความพอใจ
ให้แก่ลูกค้าได้ พนักงานขายจะต้องมีความรู้และเข้าใจพฤติกรรมของลูกค้าเพราะการขายมี
ได้เกิดขึ้นในใจของพนักงานขายจริง แต่เกิดจากใจของลูกค้า พนักงานขายเป็นเพียงผู้แนะนำ
ในการตัดสินใจของลูกค้าเท่านั้น การศึกษาให้เข้าใจถึงพฤติกรรมและจิตวิทยาในการขาย
ย่อมจะเป็นแนวทางในการเสนอขายที่มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ปกติแล้วลูกค้าจะมีลักษณะที่
แตกต่างกัน ในที่นี้พอจะแยกความแตกต่างได้ 6 ประเภท ดังนี้

4.1 ลูกค้าที่ใจเร็ว ตัดสินใจอย่างรวดเร็ว เบื่อความชักช้า เอื่อยเฉื่อย

4.2 ลูกค้าที่ช่างคิด มีความสุขุมรอบคอบ ตัดสินใจยาก พนักงานขายจำเป็นต้องให้ข้อมูลมากๆ

4.3 ลูกค้ำที่ใจคอกวากแวก มีความล้งเลใจ ไมกล้าตดัสนใจ

4.4 ลูกค้ำที่มีความม่ั่นใจในตนเอง มีจิตใจแน่วแนม่ต้องการความช่วยเหลือจากพนักงานขาย

4.5 ลูกค้ำที่เงียบ เป็นลูกค้ำที่ขายยากที่สุด พนักงานขายควรทำให้เขาได้แสดงออกหรือได้ตอบบ้าง

4.6 ลูกค้ำประเภทช่างคุด เป็นกันเอง พนักงานขายต้องระวังม่ให้การคุดเลยเถิดไปจนล้มการขาย แต่ควรทำการเสนอขายด้วยความแนบเนียน

5. ความรู้เกี่ยวกับเทคนิคการขาย (Knowing Technique) พนักงานขายที่จะประสบความสำเร็จได้นั้น ควรจะต้องทราบถึงเทคนิคต่าง ๆ เกี่ยวกับการขาย 7 ขั้นตอน ดังนี้

5.1 การแสวงหาลูกค้ำ เป็นการสืบหาว่าใครบ้างที่จะเป็นลูกค้ำของเรา

5.2 การเตรียมตัวก่อนเข้าพบ เป็นการวางแผนการสัมภาษณ์ไว้ล่วงหน้า ก่อนที่จะเข้าเผชิญหน้ากับลูกค้ำ

5.3 การเข้าพบ เป็นการเข้าเผชิญหน้ากับลูกค้ำ และใช้ความพยายามที่ได้เตรียมไว้ให้ลูกค้ำเกิดความสนใจต่อสินค้าที่ถ้ล้งเสนอขาย

5.4 การสาธิต เป็นการแสดงให้ลูกค้ำได้ชมและได้เห็นถึงวิธีใช้ประโยชน์ต่าง ๆ

5.5 การตอบค้ำโต้แย้ง เป็นการตอบข้อสงสัย หรือข้อคัดค้านต่าง ๆ ในระหว่างการเสนอขาย

5.6 การปิดการขาย เป็นการเร่งเร้าหรือกระตุ้นให้ลูกค้ำตดัสนใจซื้อทันที

5.7 การติดตามผล เป็นการติดตามเยี่ยมเยียน ให้บริการ สอบถามถึงผลการใช้สินค้าทั้งนี้ เพื่อสร้างความม่ั่นใจกับลูกค้ำ และเพื่อคาดหวังให้ลูกค้ำกลับมาคุดหน้ใหม่อีกหรือเป็นลูกค้ำของเราตลอดไป

การบริหารงานขาย

การบริหารงานขายเป็นงานที่สำคัญเกี่ยวกับบุคคลโดยตรง ดังนั้น ผู้จัดการฝ่ายขายจึงต้องมีเทคนิควิธีการดำเนินงานให้การขายมีประสิทธิภาพ โดยพิจารณาดำเนินงานเกี่ยวกับบุคคล ดังนี้

1. การสรรหาและการคัดเลือกพนักงานขายเพื่อให้ได้พนักงานขายที่มีความสามารถ ผู้จัดการฝ่ายขายจะต้องพิจารณาถึงจำนวน ลักษณะ และแหล่งที่มาของพนักงานขายที่ต้องการ แล้วจึงจัดให้มีการคัดเลือก ซึ่งอาจจะกระทำได้หลายวิธี เช่น การกรอกใบสมัคร การทดสอบ การสัมภาษณ์ เป็นต้น

2. การอบรมพนักงานขาย เพื่อเป็นการเสริมความรู้และสร้างประสิทธิภาพแก่พนักงานขายซึ่งวิธีที่นิยมใช้ ได้แก่ การอบรมในชั้นเรียนการทดลอง การแสดงบทบาทสมมติ กรณีตัวอย่างการเล่นเกมส์ เป็นต้น

3. การจ่ายค่าตอบแทนพนักงานขาย เป็นเรื่องของการให้และการรับ คือมีฝ่ายเจ้าของกิจการและพนักงานขาย ซึ่งทั้งสองฝ่ายต่างต้องพึงพาอาศัยซึ่งกันและกัน มีประโยชน์ร่วมกันวิธีจ่ายค่าตอบแทนที่นิยมใช้ ได้แก่ เงินเดือน ค่านายหน้า เงินเดือนและค่านายหน้า

4. การจูงใจพนักงานขาย เป็นการสร้างขวัญและกำลังใจให้เกิดขึ้นในตัวของพนักงานขาย เช่น การแข่งขันการขาย โดยตั้งรางวัลให้สำหรับผู้ที่มียอดขายสูงตามเป้าหมายที่กำหนดไว้

5. การควบคุมพนักงานขาย เป็นการติดตามดูว่าพนักงานขายได้ทำงานตามที่ที่กำหนดไว้หรือไม่ และมีปัญหาอุปสรรคในการทำงานหรือไม่ จึงต้องจัดหาเครื่องมือในการควบคุม เช่น โทรศัพท์ รายงาน การจดบันทึก การไปเยี่ยมพนักงานขาย การกำหนดโควตาขาย เป็นต้น

6. การประเมินผลการปฏิบัติงานของพนักงานขาย เพื่อนำไปเป็นข้อมูลในการพิจารณาความดีความชอบ การเลื่อนตำแหน่งที่สูงขึ้น และเพื่อให้พนักงานขายได้ทราบผลงานของตนเองหาจุดบกพร่องเพื่อแก้ไขปรับปรุงให้ดีขึ้น

ความพึงพอใจและความคาดหวังของลูกค้าด้านการขายรถยนต์

ลูกค้าคาดหวังว่าจะได้รับบริการที่ดีจากตัวแทนจำหน่าย ตลอดจนได้รับคำแนะนำและการบริการด้านการขายแบบครบวงจรจาก พนักงานขายที่มีคุณสมบัติตามที่พึงประสงค์ เพื่อผลของการเลือกซื้อสินค้าได้ตรงตามความต้องการ พร้อมทั้งได้รับประโยชน์สูงสุดจากตัวสินค้าและการบริการทั้งก่อนและหลังการจำหน่าย ดังนั้นลูกค้าจึงมีความคาดหวังในตัวพนักงานขายว่าควรมีคุณสมบัติตามประสงค์ ad

ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์

1. ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับรถยนต์
2. ความรู้เรื่องอุปกรณ์มาตรฐาน และอุปกรณ์พิเศษ เช่น ABS , Airbag
3. ข้อดีและข้อเสียของรถแต่ละรุ่น โดยเปรียบเทียบ
4. พนักงานขายควรตอบคำถามของลูกค้าเกี่ยวกับรถได้ เพราะจะสร้างความมั่นใจ
5. ลูกค้าเพศชาย คาดหวังให้พนักงานขาย มีความรู้เรื่องช่าง สูงกว่าลูกค้าหญิง
6. พนักงานขายไม่ควรรู้เฉพาะเท่าที่เขียนไว้ในโบชัวร์

การอธิบายกำหนดการส่งมอบรถ

1. อธิบายเกี่ยวกับเอกสารที่จำเป็น เช่นการจดทะเบียน
2. การอธิบายเกี่ยวกับการทำประกันรถยนต์
3. การอธิบาย และสาธิตเกี่ยวกับการใช้รถและอุปกรณ์
4. การอธิบายเกี่ยวกับการชำระเงิน วิธีและสถานที่ชำระเงิน

การอธิบายรายละเอียดเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายต่าง ๆ

1. ระยะเวลาและเงื่อนไขการชำระเงิน
2. ค่าใช้จ่ายทั้งหมดเกี่ยวกับการประกันภัย
3. ค่าใช้จ่ายในการจดทะเบียน
4. ค่าภาษีมูลค่าเพิ่ม

การปฏิบัติตามคำมั่นสัญญา

1. พนักงานขายต้องรักษาคำมั่นสัญญาทั้งก่อนและหลังการขาย เช่นรายการของแถมที่สัญญาว่าลูกค้าจะได้รับ ต้องแถมให้ครบทุกรายการ
2. คำสัญญาด้านบริการอื่น ๆ ต้องกระทำอย่างจริงจัง

อธิบายเกี่ยวกับการการบำรุงรักษาและการตรวจเช็คสภาพตามระยะ

1. อธิบายการบำรุงรักษาในคู่มือการใช้รถ
2. การอธิบายเกี่ยวกับบริการหลังการขาย
3. มีความรู้เกี่ยวกับคู่มือการใช้รถอย่างแท้จริงพร้อมอธิบายลูกค้าได้

การอธิบายเงื่อนไขการประกันรถ

1. พนักงานขายควรอธิบายให้ชัดเจนเกี่ยวกับระยะเวลา และเงื่อนไขการรับประกัน
2. ควรกำชับลูกค้า ถ้าลูกค้าไม่เช็คครรถตามระยะเวลาแล้ว สิทธิของลูกค้าในการรับประกันจะเสียไป

การอธิบายหรือสาธิตอุปกรณ์ต่าง ๆ ของรถ

ลูกค้าคาดหวังให้พนักงานขายสาธิต สิ่งต่าง ๆ เกี่ยวกับรถ ดังนี้

1. วิธีการเปิดไฟ สูง - ต่ำ
2. วิธีปรับเครื่องปรับอากาศ
3. วิธีใช้อุปกรณ์ต่าง ๆ ประจำรถ เช่น วิทยุ ไฟกระพริบ ที่ปิดน้ำฝน
4. วิธีการเปลี่ยนยางอะไหล่

การประเมินผลและการติดตามหลังการขาย

1. ส่งข้อมูลเกี่ยวกับบริษัท รถยนต์ และการส่งเสริมการขายให้ลูกค้าเสมอ
2. หลังการขาย พนักงานขายควรติดต่อลูกค้าเพื่อสอบถามเกี่ยวกับ งานบริการการใช้รถและคุณภาพรถ ปัญหาต่าง ๆ และแก้ไขให้

3. ความรวดเร็วและการตอบสนองเมื่อลูกค้ามีปัญหา หรือสอบถามมา
4. การโทรศัพท์แจ้ง หรือส่งจดหมายเตือน เกี่ยวกับการเช็คระยะ
5. ตัวแทนจำหน่าย ควรติดต่อลูกค้าก่อน ไม่ใช่อรอให้ลูกค้ามีปัญหาแล้ว จึงนำรถมาซ่อม

ความรวดเร็วในการส่งมอบรถ

1. ส่งมอบรถตามเวลานัดหมาย
2. ควรมีรถส่งมอบ ในวันที่และเวลาที่ลูกค้าต้องการ
3. ดูแลความสะอาดทั้งภายในและภายนอกรถให้สะอาดที่สุดในวันส่งมอบ
4. วันส่งมอบรถ สภาพรถต้องพร้อมสมบูรณ์ 100 เปอร์เซ็นต์

ความง่ายในการติดต่อธุรกิจด้วย

1. การติดต่อได้ทุกเวลา ถ้าต้องการติดต่อ
2. เมื่อลูกค้ามีปัญหา แก้ไขปัญหาให้
3. กรณีลูกค้าโทรศัพท์มาหา แล้วพนักงานขายไม่อยู่ให้พนักงานขายโทรกลับทุกครั้ง หรือพนักงานคนอื่นควรเป็นธุระให้

บุคลิกภาพของพนักงานขาย

1. แต่งตัวดี สะอาด qniw เรียบร้อย
2. แต่งเครื่องแบบพนักงาน ดัดบัตรประจำตัว
3. ดูหน้าเชื่อถือและวางใจได้

ความมีอัธยาศัยและเป็นกันเอง

1. ทักทายนทักทายด้วยทักทายที่ดี qniw เรียบร้อย
2. เข้าพบลูกค้าด้วยความกระตือรือร้น
3. ดูแลเอาใจใส่ลูกค้าเป็นอย่างดี
4. ยิ้มแย้มและเป็นมิตรกับลูกค้า

นอกจากพนักงานขายแล้ว ความคาดหวังของลูกค้าต่อบริษัทจำหน่ายก็มีหลายประการด้วยกัน คุณลักษณะตามความคาดหวังของลูกค้า ส่งผลต่อการสนับสนุนการขายด้วยกัน ได้แก่

ความสะดวกสบายของโชว์รูม

1. มีห้องน้ำสะอาด
2. มีห้องรับรองลูกค้าที่สะดวกสบาย
3. สถานที่จอดรถเพียงพอ
4. มีเครื่องดื่มไว้บริการ
5. มีวารสารไว้สำหรับอ่าน

6. ความสะดวกของทำเลที่ตั้ง
7. มีโต๊ะ / เก้าอี้ สำหรับเวลานั่งคุยกับพนักงานขาย

ความสะดวกของเวลาเปิดทำการ

1. เปิดทุกวัน ตั้งแต่วันจันทร์ถึงวันอาทิตย์
2. เปิดตั้งแต่เวลา 08.00-20.00 น.

ลักษณะของโชว์รูม

1. ลูกค้านึกว่าหัวข้อนี้คล้ายกับความสะดวกสบายในโชว์รูม
2. ป้ายและสีของป้าย ควรชัดเจนและง่ายแก่การจำได้
3. มองเข้าไปควรดูโปร่ง ๆ สะอาด สดใส และดึงดูดใจให้เข้าไป

ความง่ายในการหาอาคารที่ตั้งของตัวแทนจำหน่าย

1. มีสาขามาก
2. ตั้งอยู่ใกล้ถนนหลัก
3. ตั้งอยู่ใกล้ที่ทำงานของลูกค้า
4. ตั้งอยู่ใกล้บ้านพักอาศัย
5. ตั้งอยู่ใกล้ศูนย์การค้า
6. แจ้งแผนที่และที่ตั้งไว้ในคู่มือประกันรถ
7. ป้าย ทางเข้า ทางออก อื่น ๆ โดดเด่น มองเห็นได้ชัดเจน

สถานที่จอดรถเพียงพอ

1. ไปติดต่อทุกครั้งต้องมีที่จอดรถ
2. ควรมีที่จอดรถในร่มไว้บริการ
3. แบ่งแยกให้ชัดเจนว่าที่จอดรถลูกค้าอยู่ที่ไหน

ความพร้อมของแคตตาล็อกและโบชัวร์

1. มีโบชัวร์ของรถทุกรุ่นที่แสดงในโชว์รูม
2. คุณภาพที่ดีของภาพถ่ายในโบชัวร์
3. สีในแคตตาล็อกและโบชัวร์ควรเหมือนสีจริงของรถ

การทดสอบรถ

1. มีรถไว้สำหรับลูกค้าทดลองขับ ก่อนตัดสินใจซื้อ
2. การเสนอให้ลูกค้าทดลองขับ ไม่ใช่ขอร้อง

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. งานวิจัยภายในประเทศ

สุธรรม เดชนครินทร์ (2531) ได้ศึกษาความพึงพอใจในการทำงานของครู อาจารย์วิทยาลัยเทคนิค ในเขตการศึกษา 2 ในด้านความสำเร็จของงานด้านการยอมรับ นับถือด้านลักษณะของงาน ด้านความรับผิดชอบ ด้านความก้าวหน้าในตำแหน่ง ด้าน การปกครองบังคับบัญชา ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ด้านสภาพการทำงาน ด้าน เงินเดือนและด้านความมั่นคงปลอดภัยในการทำงาน ผลการศึกษาพบว่า

1. ผลการเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจในการทำงานที่เป็นอยู่ในปัจจุบันนี้ และ ที่คาดหวังว่าควรจะเป็นของครู อาจารย์วิทยาลัยเทคนิค ในเขตการศึกษา 2 ตามปัจจัย กระตุ้นที่มีเพศ วุฒิทางการศึกษา และประสบการณ์ในการทำงาน โดยแยกได้ดังนี้ เพศ โดยส่วนรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

2. ผลการเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจ ของครู อาจารย์วิทยาลัยเทคนิค ใน เขตการศึกษา 2 ที่มีเพศ วุฒิทางการศึกษา และประสบการณ์ในการปฏิบัติงานแตกต่างกัน แยกได้ดังนี้ เพศมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติเพียงด้านเดียว

เมธิญ กิจระการ (2532) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่องความพึงพอใจในการทำงาน ของนักเทคโนโลยีทางการศึกษาไทยและอเมริกันในระดับอุดมศึกษา โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อ ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบทั้ง 5 ของความพึงพอใจในการทำงานกับตัวแปร ซึ่งเป็นข้อมูลส่วนตัวของนักเทคโนโลยีทางการศึกษาไทยและอเมริกันในระดับอุดมศึกษา องค์ประกอบของความพึงพอใจในการทำงาน ได้แก่ เงินที่ทำได้ในปัจจุบัน รายได้ปัจจุบัน การเลื่อนขั้นตำแหน่ง หรือ เงินเดือน ผู้บังคับบัญชาเบื้องต้นและผู้ร่วมงาน ผลการวิจัย พบว่า นักเทคโนโลยีทางการศึกษาชายมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลางต่อรายได้ ปัจจุบัน นักเทคโนโลยีทางการศึกษาหญิงมีความพึงพอใจน้อยกว่า แต่ไม่พบความแตกต่าง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

อัคร นครรัตนชัย (2535) ได้ทำการศึกษาวิจัยความพึงพอใจในการปฏิบัติ งานของพนักงานธนาคารกสิกรไทย ภาค 7 พบว่า พนักงานธนาคารกสิกรไทย ภาค 7 เพศชาย ความพึงพอใจในการทำงานสูงกว่าเพศหญิง ทั้งโดยส่วนรวมและในองค์ประกอบ ตัวงานที่ทำอยู่ในปัจจุบัน ด้านการเลื่อนตำแหน่ง ด้านการเลื่อนเงินเดือน และด้านเพื่อน ร่วมงาน ส่วนองค์ประกอบด้านรายได้ และผลประโยชน์ที่ได้รับ ด้านผู้บังคับบัญชาขั้นต้น และด้านที่ทำงาน พนักงานชายและหญิงมีระดับความพึงพอใจในการทำงานไม่แตกต่างกัน

บุญนาค กลีบจำปี (2541) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ศักยภาพของข้าราชการป่าไม้ ในการส่งเสริมและพัฒนาการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าไม้แก่ชุมชน : ศึกษาเฉพาะกรณีในเขต ภาคเหนือ ผลการวิจัยพบว่า ข้าราชการป่าไม้ ที่มีประสบการณ์ในการปฏิบัติงานต่างกัน มีศักยภาพแตกต่างกัน โดยข้าราชการป่าไม้ที่มีประสบการณ์ในการปฏิบัติงาน ตั้งแต่ 5 ปี

ขึ้นไป มีศักยภาพมากกว่าข้าราชการที่มีประสบการณ์ในการปฏิบัติงาน ต่ำกว่า 5 ปี
ทุกด้าน

เฉลิมศักดิ์ ชูปวา (2541) ได้ทำการวิจัยเรื่อง แนวทางพัฒนาศักยภาพของบุคลากร
หน่วยงานห้องสมุดวิทยาลัยส่วนภูมิภาค (PULINET) ผลการวิจัยพบว่า

1. วิธีการที่บุคลากรได้รับความรู้ทางเทคโนโลยีสารสนเทศของบุคลากร ส่วนใหญ่
ได้รับจากการฝึกอบรมที่ห้องสมุดจัดขึ้น การเข้าร่วมฟังบรรยาย การศึกษาดูงานภายใน
ประเทศ และการศึกษาค้นคว้าด้วยตัวเอง ปัญหาในการพัฒนาความรู้ ความสามารถคือ
บุคลากรติดงานประจำไม่มีเวลา หน่วยงานขาดงบประมาณ ขาดคอมพิวเตอร์ และโปรแกรม
ในการฝึก

2. บุคลากรส่วนใหญ่ เสนอแนะให้ใช้วิธีการฝึกอบรม ในการพัฒนาความรู้ความ
สามารถ ทางด้านฮาร์ดแวร์ ซอฟต์แวร์ และการใช้บริการ Internet ส่วนด้านระบบห้อง
สมุดอัตโนมัติ นั้น ควรใช้วิธีการสัมมนาร่วมกัน ในกลุ่มที่ใช้ระบบห้องสมุดอัตโนมัติระบบ
เดียวกันและการศึกษา ดูงานห้องสมุดอื่น ๆ

ผ่องพรรณ จันทรโอชา (2544) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจในการปฏิบัติ
งานของพนักงานธนาคาร : กรณีศึกษาธนาคารกรุงเทพจำกัด (มหาชน) ในจังหวัดพิษณุโลก
ผลการวิจัยพบว่า พนักงานทั้งเพศชายและเพศหญิงมีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน และ
ภาพโดยรวมพนักงานที่มีประสบการณ์ต่างกัน ก็มีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน

กรอบแนวคิดของการวิจัย

ผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษาทบทวนเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องแล้ว พบว่าปัจจัย
ด้านการขายรถยนต์ที่ส่งผลกระทบต่อส่วนแบ่งการตลาดที่สูงขึ้นนั้น นอกจากกลยุทธ์ด้านการ
ตลาดที่เหนือกว่าคู่แข่งและตัวผลิตภัณฑ์เองแล้ว นักขายมีอาชีพยังเป็นตัวแปรสำคัญ
ของยอดขายจำหน่ายสินค้าประเภทนี้ด้วยเช่นกัน การสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้าที่เหนือคู่แข่ง
จึงเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญและจำเป็นอย่างยิ่งในสภาพปัจจุบัน ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจที่จะ
ศึกษาศักยภาพหรือความสามารถของพนักงานขายที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าสูงสุด

ตัวแปรต้น

1. เพศ
 - 1.1 หญิง
 - 1.2 ชาย
2. อายุ
 - 2.1 อายุไม่เกิน 30 ปี
 - 2.2 อายุ 30 ปีขึ้นไป
3. อาชีพ
 - 3.1 รับราชการ I รัฐวิสาหกิจ
 - 3.2 เกษตรกรรม
 - 3.3 ธุรกิจส่วนตัว
 - 3.4 พนักงาน I รับจ้าง
 - 3.5 อื่นๆ(โปรดระบุ)
4. ประเภทรถที่ซื้อ
 - 4.1 รถเก๋ง
 - 4.2 รถกระบะ
 - 4.3 รถเอนกประสงค์
5. จำนวนรถที่เคยครอบครอง
 - 5.1 จำนวน 1 คัน
 - 5.2 จำนวนมากกว่า 1 คัน

ตัวแปรตาม

ความพึงพอใจของลูกค้าที่มี
ต่อศักยภาพของพนักงาน
ขาย

1. ความสามารถทาง
การขาย
2. ความรู้ ความเข้าใจใน
ผลิตภัณฑ์
3. การบริการติดตามหลัง
การขาย

แนวทางการพัฒนาศักยภาพพนักงานขายที่มีผลต่อความพึงพอใจของ
ลูกค้า ของการพัฒนาศักยภาพแต่ละด้านของพนักงานขาย