

## แผนบริหารการสอนประจำบทที่ 3

### หัวข้อเนื้อหา

1. ความหมายของศิลปะการขาย
2. ทฤษฎีการขาย
3. กระบวนการขาย

### วัตถุประสงค์เชิงพฤติกรรม

เมื่อศึกษาบทที่ 3 จบแล้ว นักศึกษาสามารถ

1. บอกความหมายของศิลปะการขายได้
2. บอกถึงทฤษฎีการขายได้และนำทฤษฎีการขายไปใช้ในการขายได้
3. อภิปรายกระบวนการขายได้
4. เห็นคุณค่าของทฤษฎีการขาย
5. ออกแบบกระบวนการขายได้อย่างเป็นระบบ

### วิธีการสอนและกิจกรรมการเรียนรู้การสอน

1. ศึกษาเอกสารการสอนบทที่ 3 ศิลปะการขายด้วยตนเอง
2. อภิปราย ชักถามเนื้อหาในบทเรียน
3. ศึกษาค้นคว้า เนื้อหาเพิ่มเติมจากเอกสารต่าง ๆ เช่น หนังสือพิมพ์ วารสารและ

อินเทอร์เน็ต

4. เชิญวิทยากรมาบรรยาย
5. สรุปผลการฟังการบรรยายจากวิทยากร
6. ตอบข้อซักถามและทำแบบฝึกหัดท้ายบท

## สื่อการเรียนการสอน

1. เอกสารประกอบการสอน เรื่อง ศิลปะการขาย
2. หนังสือ ตำราและวารสารทางวิชาการเกี่ยวกับศิลปะการขาย
3. แผ่นโปสเตอร์
4. ใบกิจกรรม
5. วีดิทัศน์
6. คำถามและแบบฝึกหัดท้ายบท

## การวัดผลและประเมินผล

1. สังเกตจากการร่วมกิจกรรมในชั้นเรียน
2. สังเกตจากการสนทนาและการซักถาม
3. สังเกตจากการซักถามวิทยากร
4. ประเมินผลจากการสรุปผลการฟังการบรรยายจากวิทยากร
5. ประเมินผลจากการทดสอบย่อย
6. ประเมินผลจากการทำแบบฝึกหัดท้ายบท

## บทที่ 3

### ศิลปะการขาย

ปัจจุบันการขายเป็นกิจกรรมที่สำคัญสำหรับพนักงานขาย ซึ่งต้องมีการฝึกฝนและเรียนรู้เกี่ยวกับวิธีการขายที่ถูกต้องเพื่อให้ลูกค้าได้รับความพอใจ ซึ่งถ้าพนักงานขายสามารถปฏิบัติได้อย่างมีประสิทธิภาพก็จะทำให้ขายได้และบรรลุตามเป้าหมายที่กำหนด โดยพนักงานขายต้องมีการพัฒนาความรู้ความสามารถในด้านศิลปะการขายและทฤษฎีการขายให้ก้าวหน้าไปเรื่อย ๆ เพื่อนำไปสู่ความสำเร็จของตนเอง

#### ความหมายของศิลปะการขาย

นักวิชาการได้ให้ความหมายของ ศิลปะการขาย (salesmanship) ไว้มากมายหลายทัศนะดังนี้

ศิลปะการขาย หมายถึง กระบวนการที่พนักงานขายพยายามทำให้ลูกค้าที่ซื้อสินค้าและบริการไปแล้วอยากกลับมาซื้อจากเข่อีกด้วยความเต็มใจ (อนุวัฒน์ มลายอรินุญ, 2543, หน้า 14)

ศิลปะการขาย หมายถึง ทักษะในการขายด้วยตัวบุคคลที่ผู้ขายสามารถที่จะมีอิทธิพลต่อผู้ซื้อโดยการติดต่อสื่อสารให้ข่าวสารที่จำเป็นเพื่อการตัดสินใจในการซื้อหรืออีกนัยหนึ่งคือทักษะที่จะนำเอาบรรดประโยชน์ด้านจิตวิทยาในการชี้ชวนโน้มน้าวให้เกิดการตัดสินใจในการซื้อเกิดขึ้น (จุฑา เทียนไทย และพรรณพิมล ก้านกนก, 2538, หน้า 76)

ศิลปะการขาย หมายถึง กระบวนการในการวิเคราะห์เพื่อค้นหาความต้องการของลูกค้าที่มีต่อสินค้าหรือบริการ และจงใจให้ทำการซื้อสินค้านั้นไปใช้แล้วทำให้ได้รับความพอใจ การขายจัดเป็นศาสตร์ กล่าวคือเป็นหลักการที่ได้มีผู้ไปทดลองปฏิบัติจนได้ผลแล้ว และเป็นศิลป์ ซึ่งต้องอาศัยการฝึกฝนและปรับปรุงจนเกิดความชำนาญ (ศศนันท์ วิวัฒน์ชาติ, 2545, หน้า 2)

จากความหมายของ ศิลปะการขาย ที่มีผู้ให้คำนิยามข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า ศิลปะการขาย หมายถึง กระบวนการขายที่พนักงานขายต้องมีทักษะและเทคนิคการขายโดยการให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าและบริการเพื่อให้ลูกค้าเกิดความต้องการและตัดสินใจซื้อ

## ทฤษฎีการขาย

ทฤษฎีการขายเป็นพื้นฐานที่พนักงานใช้สำหรับการเสนอขายซึ่งมีทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง 4 ทฤษฎี ดังนี้

1. **ทฤษฎีไอดาส (AIDAS theory)** เป็นขั้นตอนปฏิบัติในการขายโดยมีรายละเอียด ดังนี้

1.1 การทำให้เกิดความเอาใจใส่ (attention) พนักงานขายต้องใช้คำพูดที่เหมาะสม และต้องพยายามหาวิธีการเปิดการสนทนาให้การขายเป็นที่น่าพอใจของลูกค้า

1.2 กระตุ้นให้เกิดความสนใจ (interest) เมื่อเห็นว่าลูกค้าเกิดความเอาใจใส่ แล้วพนักงานต้องชี้แจงถึงประโยชน์ของสินค้าที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้ได้ โดยพยายามทำให้ลูกค้าเกิดความสนใจให้ได้ในสิ่งที่เกี่ยวข้องกับปัญหาของลูกค้า และมีการนำสินค้ามาแสดงรวมถึงการใช้สมุดคู่มือและแค็ตตาล็อกช่วยสร้างความสนใจและความเข้าใจได้ดีขึ้น

1.3 การสร้างความต้องการ (desire) พนักงานขายต้องเริ่มเสนอสิ่งที่จะเป็นประโยชน์ และศึกษาถึงความต้องการของลูกค้า

1.4 การตัดสินใจ (action) เมื่อพนักงานขายกระตุ้นให้ลูกค้าเกิดความต้องการสินค้าแล้ว ก็ควรทำให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อในที่สุด

1.5 การทำให้ลูกค้าพอใจ (satisfaction) หลังจากลูกค้าตัดสินใจแล้วพนักงานขายควรกล่าวขำว่าเราได้ตัดสินใจถูกต้องและยืนยันวันเวลาที่จะส่งของให้เพื่อทำให้ลูกค้าพอใจ รวมถึงการบริการหลังการขาย

2. **ทฤษฎีการขายตามสภาวะการณ์ที่เหมาะสม (right set of circumstance)** ทฤษฎีนี้อาศัยการทดลองพื้นฐานทางด้านจิตวิทยา ซึ่งเป็นการใช้ได้ตอบตามสภาวะการณ์ (situation response) โดยอาศัยหลักการที่ว่าเมื่อมีสภาวะการณ์อย่างหนึ่งเกิดขึ้นย่อมทำให้เกิดปฏิกิริยาสนองตอบขึ้นมาในทิศทางที่เข้ากับสภาวะการณ์นั้น ๆ ตามที่คาดการณ์ไว้ กรณีถ้าพนักงานขายได้เสนอสิ่งที่ถูกต้องและเหมาะสมหรือเหตุจูงใจ ผลที่ได้รับก็จะเกิดขึ้นนั่นก็คือการขาย ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับทฤษฎี ซึ่งถ้าพนักงานขายที่มีทักษะสูงสามารถอ้างเหตุผลจากสภาวะการณ์ต่าง ๆ ได้ การคาดการณ์ในการขายก็จะมีปริมาณเพิ่มขึ้น ซึ่งพนักงานขายต้องมีความตั้งใจและความสนใจ การขายจึงจะสัมฤทธิ์ผล แต่อย่างไรก็ตามการคาดคะเนว่าจะประสบผลสำเร็จจากการเสนอขายได้มากน้อยเพียงใดขึ้นอยู่กับทักษะและความสามารถของพนักงานขายในการรักษา สภาวะการณ์ที่เหมาะสม

สถานการณ์ที่เกี่ยวข้องกับทฤษฎีนี้ได้แนะนำว่าพนักงานขายควรจะควบคุมรวมถึงปัจจัยภายในและภายนอกของผู้มุ่งหวัง เช่น พนักงานขายได้ชักชวนผู้มุ่งหวังว่า “ไปดื่มกาแฟด้วยกันไหม” พนักงานขายเสนอปัจจัยภายนอกที่เห็นเด่นชัดอย่างน้อยที่สุดดังนี้คือ

- 2.1 ดื่มกาแฟสัก 1 ถ้วย (พอใจ)
- 2.2 ดื่มเครื่องดื่มนี้ไหม ?
- 2.3 ออกไปข้างนอกและ
- 2.4 ออกไปข้างนอกพร้อมกับพนักงานขาย

**3. ทฤษฎีสูตรแห่งการซื้อ (buying formulary)** ทฤษฎีนี้เน้นทางด้านตัวผู้ซื้อมากกว่าผู้ขาย เมื่อผู้ซื้อเกิดความต้องการหรือให้ความสนใจกับปัญหาเกี่ยวกับการซื้อของลูกค้าเป็นหลัก และพนักงานขายจะช่วยลูกค้าแก้ปัญหาต่าง ๆ ซึ่งเป็นที่มาแห่งการซื้อคือ แผนการเสนอขายเป็นกลุ่มเพื่อให้มีการตอบรับเรียงตามลำดับขั้นตอนทางด้านจิตวิทยา การขายทฤษฎีนี้แสดงถึงกระบวนการก่อนที่ลูกค้าจะซื้อสินค้าว่าผ่านขั้นตอนต่าง ๆ อย่างไรบ้าง

**4. ทฤษฎีสมการพฤติกรรม (behavioral equation)** เป็นทฤษฎีที่มีองค์ประกอบที่สำคัญและเขียนสมการได้ดังนี้ (สอ่าน โปรบารุง, 2547, หน้า 47)

$B = P \times D \times K \times V$  สำหรับอักษรแต่ละตัวในสมการหมายถึง

B = การตอบสนองหรือแนวโน้มการตอบสนองภายใน ประกอบด้วย การตัดสินใจ

P = ความมีใจโน้มเอียงหรือแนวโน้มการตอบสนองภายในซึ่งมีลักษณะของนิสัยที่ทำเป็นประจำ

D = ระดับของแรงขับในปัจจุบัน (ปริมาณของแรงจูงใจ)

K = ศักยภาพของการจูงใจนั้นก็คือ คุณค่าของผลิตภัณฑ์ที่ผู้ซื้อได้รับหรือศักยภาพที่ทำให้เกิดความพึงพอใจไม่ว่าจะสุภาพบุรุษหรือสุภาพสตรี

V = ปริมาณของแรงกระตุ้น (ความหนาแน่น) : แรงจูงใจ ข้อมูลข่าวสารหรือผลิตภัณฑ์

### กระบวนการขาย

กระบวนการขายสามารถแบ่งได้ตามลำดับได้ 8 ขั้นตอนดังนี้

**1. การแสวงหาลูกค้า (prospecting)** เป็นการค้นหาลูกค้าที่มีคุณสมบัติเหมาะสมที่จะซื้อผลิตภัณฑ์ซึ่งถือว่าเป็นขั้นแรกของกระบวนการขาย โดยปกติแล้วลูกค้าไม่ได้เข้ามาหา

พนักงานขายเสมอไปในทางตรงกันข้ามพนักงานขายจะต้องแสวงหาลูกค้า ซึ่งกิจกรรมที่พึงปฏิบัติของพนักงานขายเกี่ยวข้องกับการแสวงหาลูกค้า ได้แก่ การค้นหาผู้มุ่งหวังที่เป็นบุคคลที่มีความจำเป็นหรือความต้องการสินค้าหรือบริการและมีอำนาจในการตัดสินใจซื้อ

โดยแหล่งข้อมูลทั่วไปของลูกค้าที่มีศักยภาพสำหรับลูกค้าในปัจจุบัน ได้แก่ ลูกค้าเก่า ลูกค้าที่เคยเข้าพบแล้วและวิธีการแสวงหาลูกค้าใหม่ใช้วิธีต่าง ๆ ดังนี้

- 1.1 การบอกต่อ
- 1.2 การใช้จดหมาย
- 1.3 การใช้ศูนย์อิทธิพล
- 1.4 การจกรายชื่อลูกค้า
- 1.5 การเสาะหาลูกค้า
- 1.6 การจัดงานสังสรรค์
- 1.7 การสังเกตส่วนบุคคล
- 1.8 การใช้โทรศัพท์

**2.. การเตรียมตัว (preparation)** หลังจากการค้นหาผู้มุ่งหวังแล้วพนักงานขายก็จะต้องเตรียมตัวเพื่อการเตรียมตัวก่อนเข้าพบ (pre-approach) เช่น การรวบรวมข้อมูลข่าวสาร และการวางแผนเข้าพบ (call planning) เป็นการวางแผนที่เกี่ยวข้องกับพนักงานด้านกลยุทธ์การขาย เพื่อที่จะให้บรรลุวัตถุประสงค์และการนัดหมายกับผู้มุ่งหวังในโอกาสต่อไปโดยมีการเตรียมการด้านต่าง ๆ ดังนี้

- 2.1 ข้อมูลส่วนตัวเกี่ยวกับบุคคล จะประกอบด้วย
  - 2.1.1 อายุ วันเดือนปีเกิด
  - 2.1.2 อาชีพ สถานที่ทำงาน
  - 2.1.3 ตำแหน่งความรับผิดชอบ
  - 2.1.4 การศึกษา ศาสนา
  - 2.1.5 ที่อยู่พร้อมเบอร์โทรศัพท์
  - 2.1.6 ขนาดครอบครัว
  - 2.1.7 อุปนิสัยใจคอ เวลาที่อยู่กรณีที่จะนัดหมายล่วงหน้า
  - 2.1.8 ฐานะทางสังคม
- 2.2 ข้อมูลในทางธุรกิจ จะประกอบด้วย
  - 2.2.1 เจ้าของธุรกิจ ประเภทของธุรกิจ

- 2.2.2 ลักษณะของตลาดและประเภทสินค้าที่จำหน่าย
- 2.2.3 ความสามารถในการผลิต
- 2.2.4 ฐานะทางการเงินและชื่อเสียงทางการค้า
- 2.2.5 ขนาดของธุรกิจ
- 2.2.6 นโยบายทางธุรกิจ
- 2.2.7 จำนวนพนักงาน
- 2.2.8 ยอดขายในอดีตและปัจจุบัน
- 2.2.9 นโยบายการซื้อ ระเบียบวิธีการซื้อ อำนาจในการซื้อ การชำระเงิน
- 2.2.10 งบประมาณการซื้อและปริมาณการสั่งซื้อ
- 2.2.11 ราคาที่เคยซื้อจากผู้อื่น ความคิดเห็นด้านราคาและคุณภาพ
- 2.2.12 ผู้มีอำนาจตัดสินใจหรือมีอิทธิพลต่อการซื้อ

3. การเข้าพบ (approach) การเข้าพบลูกค้าของพนักงานขายนั้นต้องให้ความเอาใจต่อลูกค้าที่เข้าพบโดยการแนะนำตัวเองและบริษัท ดังนี้

#### 3.1 วิธีนัดหมายการเข้าพบลูกค้า มี 4 วิธีดังนี้

3.1.1 โทรศัพท์ เป็นการนัดหมายลูกค้าโดยการแนะนำตัวเองและบริษัท โดยควรจะเป็นการนัดหมายเท่านั้นซึ่งไม่ควรเป็นการขายสินค้าทางโทรศัพท์ ข้อดีคือ ทำให้พนักงานขายมีเวลาเตรียมตัวก่อนที่จะเข้าพบลูกค้า ข้อเสียคือลูกค้าสามารถตอบปฏิเสธไม่ให้พนักงานขายเข้าพบได้โดยง่าย

3.1.2 การนัดหมายทางจดหมาย เป็นการนัดหมายโดยการส่งจดหมายนัดหมายวัน เวลาที่จะเข้าพบแต่อาจจะไม่ได้รับความสนใจมากนัก

3.1.3 การเข้าพบลูกค้าทันที เป็นการเข้าพบลูกค้าโดยที่พนักงานขายไม่ได้นัดหมายไว้ล่วงหน้าแต่อาจจะถูกปฏิเสธในการเสนอขายได้ง่าย

3.1.4 การเข้าพบโดยมีบุคคลอื่นแนะนำ เป็นการเข้าพบลูกค้าโดยมีบุคคลอื่นแนะนำให้พนักงานขายเข้าพบ ซึ่งมีบุคคลที่มีอิทธิพลที่สามารถทำให้พนักงานขายเข้าพบได้และขายสินค้าได้มากที่สุดวิธีหนึ่ง

ดังนั้นการเข้าพบเพื่อสร้างความประทับใจครั้งแรกนั้นพนักงานต้องมีลักษณะดังนี้

- 1) การเตรียมตัวเองทางร่างกาย จะประกอบด้วย
  - (1) รูปร่างหน้าตาของพนักงานขาย

- การแต่งกายสุภาพเรียบร้อย
- เครื่องประดับต่าง ๆ ที่ใช้ตามความเหมาะสม
- เสื้อผ้าที่สวมใส่ต้องสะอาดเรียบร้อย
- จัดทรงผมให้เรียบร้อย
- โกนหนวด เคราให้เรียบร้อย

(2) กิริยาท่าทางของพนักงานขาย ต้องสง่างาม กระฉับกระเฉง คล่องแคล่ว ว่องไวความร่าเริงและแจ่มใส

(3) การออกเสียงที่ถูกต้อง และการพูดจาต้องฉะฉาน เสียงดัง ฟังชัด ตัวอักษร และตัวอักษร ล ต้องชัดเจน

2) การเตรียมตัวให้พร้อมทางด้านจิตใจและอารมณ์ พนักงานขายต้องมีความเชื่อมั่น และมีการแสดงออก ดังนี้

(1) ต้องมีความคิดในแง่บวกกับทุกสิ่งทุกอย่างที่ตนเองคิด และต้องสามารถทำได้

(2) ต้องมีเป้าหมายที่ชัดเจนและมีความมุ่งมั่นในงาน

(3) ต้องมีความตั้งใจทำงานไม่ว่างานจะหนักหรือเบาแค่ไหน

(4) ต้องมีความกระตือรือร้น

(5) ต้องมีความสามารถในการบริหารเวลา

(6) ต้องมีความเชื่อมั่นในตัวเอง

(7) ต้องเป็นคนที่รักงานที่ทำ

### 3.2 วิธีการเข้าพบลูกค้า มี 3 วิธีดังนี้

3.2.1 การเข้าพบโดยตรง พนักงานขายจะต้องเข้าพบลูกค้าด้วยตนเอง โดยอาศัยความสามารถในการเสนอขายอย่างเต็มที่ ซึ่งอาจทำให้ลูกค้าไม่กล้าปฏิเสธและ เปิดโอกาสให้พนักงานขายชี้แจงรายละเอียดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ซึ่งบางครั้งลูกค้าอาจจะไม่ต้องการให้เข้าพบ ยกเว้นกรณีที่มีการนัดหมายไว้ล่วงหน้าก่อนจึงจะสามารถเข้าพบได้ วิธีนี้มีค่าใช้จ่ายค่อนข้างสูงกว่าวิธีการเข้าพบวิธีอื่น

3.2.2 การเข้าพบทางจดหมาย เป็นการเข้าพบที่ไม่มีประสิทธิภาพเมื่อเทียบกับการเข้าพบโดยตรงและวิธีนี้เสียค่าใช้จ่ายค่ามากกว่ากรณีที่ถูกค้าผู้มุ่งหวังของพนักงานขายที่ได้รับจดหมายอาจจะเลยไม่สนใจจดหมายเท่าที่ควรซึ่งการใช้วิธีนี้จะได้ผลหรือไม่เพียงใดนั้นขึ้นอยู่กับ



ข้อความในจดหมายว่ามีความสำคัญที่สามารถจูงใจให้ลูกค้าสนใจได้หรือไม่ มากน้อยแค่ไหน  
จดหมายที่ส่งไปถึงผู้มุ่งหวังควรใช้ถ้อยคำสั้น ๆ กระชับและเข้าใจง่าย

3.2.3 การเข้าพบทางโทรศัพท์ เป็นการเข้าพบโดยใช้โทรศัพท์ไปนัดพบลูกค้าไว้  
ล่วงหน้า หรือบางครั้งก็ใช้โทรศัพท์เพื่อรับคำสั่งซื้อซึ่งเป็นวิธีที่ประหยัดค่าใช้จ่ายและเวลา แต่  
ให้ผลน้อยเพราะพนักงานขายและผู้มุ่งหวังอาจจะไม่มีโอกาสที่จะพบปะแลกเปลี่ยน ความคิดเห็น  
ซึ่งกันและกันเท่าที่ควร ทั้งลูกค้าบางรายก็ไม่ชอบถือว่าเป็นวิธีที่ไม่ค่อยจะสุภาพ จึงไม่เป็นที่  
นิยมใช้ ดังภาพที่ 3.1

### ตัวอย่างแบบวิเคราะห์ประเมินผลการเข้าพบลูกค้า

ชื่อลูกค้า..... ชื่อพนักงานขาย.....  
ที่อยู่..... วันที่.....  
โทรศัพท์.....

### แบบวิเคราะห์ประเมินผลการเข้าพบลูกค้า

1.

ชื่อลูกค้า	อายุ	วันเกิด
.....	.....	.....
<input type="checkbox"/> โสด <input type="checkbox"/> สมรส		

ข้อมูลครอบครัวของลูกค้า

2.

ชื่อจริง	ชื่อเล่น	อายุ	วันเกิด	การศึกษา ของลูกค้า	วันที่ทำ การสมรส
ภรรยา/สามี....	.....	.....	.....	.....	.....
บุตร.....	.....	.....	.....	.....	.....
.....	.....	.....	.....	.....	.....
.....	.....	.....	.....	.....	.....
บุตร.....	.....	.....	.....	.....	.....
.....	.....	.....	.....	.....	.....
.....	.....	.....	.....	.....	.....

จำนวนครั้งที่เข้าพบ ครั้งที่ 1 วันที่.....
.....
<input type="checkbox"/> สร้างมิตรภาพ
<input type="checkbox"/> เสนอขาย
ครั้งที่ 2 วันที่.....
เหตุผล.....
.....
ครั้งที่ 3 วันที่.....
เหตุผล.....
.....

3. การเงินของลูกค้า  ปานกลาง  ดี  ดีมาก  
 รายได้ต่อปี.....บาท  
 ธุรกิจ-มูลค่า.....บาท  บ้าน  รถยนต์  ที่ดิน
4. งานอดิเรกของลูกค้า.....  
 .....
5. เปิดใจลูกค้าอย่างไร?  
 ก. ขายได้เพราะคำพูดอะไร.....  
 .....  
 ข.ขายไม่ได้เพราะคำพูดอะไร.....  
 .....  
 ค. เรื่องของลูกค้าที่จะกล่าวถึงในการเข้าพบครั้งต่อไป.....  
 .....  
 - ลักษณะของบ้าน  ตึกแถว  ทาวน์เฮาส์  บ้านเดี่ยว  คอนโด  
 - เป็นเจ้าของ/เช่า/ผู้อยู่อาศัย
6. การบริการหลังการขาย  บัตรรอยพรวันเกิด  บัตรรอยพรวันปีใหม่  
 บัตรรอยพรครบรอบการแต่งงาน  
 โทรศัพท์ไปคุยด้วยทุก.....เดือน ในปีแรก  
 โทรศัพท์ไปคุยด้วยทุก.....เดือนในปีที่ 2  
 แวะไปเยี่ยมทุก.....เดือน ในปีแรก  
 แวะไปเยี่ยมทุก.....เดือน ในปีที่ 2  
 อื่น ๆ .....
7. ถ้ายังไม่ได้ขาย หรือขายไม่ได้ ครั้งต่อไปจะไปพบด้วยการวางแผนการสนทนากำหนดวันที่.....  
 ก. เปิดใจ ด้วยคำพูด (เรื่องที่เขารอบ)  
 1) .....  
 2) .....  
 ข. สร้างปัญหา  
 1) .....  
 2) .....

ค. เสนอการแก้ปัญหา (สิ่งที่ให้ประโยชน์แก่เขา)

- 1) .....
- 2) .....

ง. ข้อโต้แย้งที่คิดว่ามี (ใช้เหตุผล)

- 1) .....      แก้อข้อโต้แย้ง 1) .....
- 2) .....      2).....

จ. สรุป

- 1) .....
- 2) .....

8. ถ้าขายได้เรียบร้อย วางแผนทบทวนการขายเพิ่มในอนาคต

	วันที่
จะขายเพิ่ม.....	.....

9. ได้รายชื่อลูกค้าในอนาคตจากลูกค้ารายนี้..... ชื่อ

ชื่อ	ที่อยู่	ตำแหน่ง	อาชีพ	อายุ	ความสัมพันธ์กับลูกค้ารายนี้
1.....	.....	.....	.....	.....	.....
2.....	.....	.....	.....	.....	.....
3.....	.....	.....	.....	.....	.....

ส่ง  บัตรขอบคุณ และรายงานผลที่ได้รับ วันที่.....

ภาพที่ 3.1 แบบวิเคราะห์ประเมินผลการเข้าพบลูกค้า  
ที่มา (อนุวัฒน์ มลายอรินุญ, 2543, หน้า 163 - 165)

4. การเสนอขาย (sales presentation) ในขณะการเข้าพบลูกค้านั้นพนักงานขายจะมีการเสนอขายสินค้าโดยพนักงานขายต้องสร้างความประทับใจและทำให้ลูกค้าเกิดความสนใจในการเสนอขาย ซึ่งการเสนอขายพนักงานขายควรปฏิบัติดังนี้ (ศศนันท์ วิวัฒน์ชาติ, 2545, หน้า 127 - 128)

4.1 การนำเสนอตนเอง พนักงานขายควรคำนึงถึงแนวทางในการนำเสนอตนเองต่อไปนี้

4.1.1 การสบตา พนักงานขายจะต้องใช้สายตามองไปที่ผู้มุ่งหวังโดยรักษาระดับสายตา สบตาในขณะกล่าวถึงจุดสำคัญ ๆ

4.1.2 การแสดงสีหน้า ยิ้มเสมอ แสดงความเป็นมิตรและผ่อนคลาย

4.1.3 การวางท่าทาง นั่งหรือยืนตรง เฝอชิดหน้ากับผู้มุ่งหวัง

4.1.4 การเว้นระยะ พยายามอยู่ห่างประมาณ 2-5 ฟุตจากผู้มุ่งหวัง

4.1.5 เสียง พุดชัดเจน เปลี่ยนน้ำเสียงเมื่อกล่าวย่อ

4.1.6 การแสดงออก เน้นในจุดที่สำคัญ แต่อย่าแสดงกิริยาท่าทางซ้ำซากติดต่อกัน

4.2 การถามคำถาม พนักงานขายจะใช้วิธีการเสนอขายแบบท่องจำในการวางแผนการติดต่อแบบสองทางก็ตาม ผู้มุ่งหวังมักจะรู้สึกว่าการพนักงานขายกำลังจะเอาอะไรบางอย่างจากเขาวิธีหนึ่งที่ควรใช้ก็คือ ให้เขาได้มีส่วนร่วมในการสาธิตผลิตภัณฑ์ ส่วนอีกวิธีก็คือการถามคำถามคำตอบของผู้มุ่งหวังจะแสดงถึงข้อเท็จจริง ความสนใจ ความคิด และความต้องการที่พนักงานขายควรใช้ในการกำหนดทิศทางและจุดที่ควรเน้นหนักในการเสนอขาย ดังตัวอย่างคำถามดังนี้

4.2.1 คุณทดลองใช้เครื่องกรองน้ำ.....หรือยัง?

4.2.2 ลูกจ้างที่ทำงานกับบริษัท.....ค่อนข้างเสี่ยงอันตราย คุณทำประกัน.....แล้วหรือยัง?

4.2.3 คุณนักรบใช้รถยนต์หือ.....ทนทาน ประหยัดน้ำมันจริง ๆ

4.2.4 นักร้องชื่อดังของไทย ส่วนใหญ่ใช้รถยนต์ยี่ห้อ.....กันทั้งนั้น

4.2.5 คุณซื้อมือถือของบริษัท.....โทรฟรีติดต่อกันเป็นเวลา 3 ปี  
คุณน่าจะตัดสินใจซื้อ มีฉะนั้นคุณจะพลาดโอกาสทอง

4.2.6 ขอแสดงความยินดีกับท่านที่ได้รับการเลื่อนตำแหน่งสูงขึ้น

4.2.7 ผมไปเยี่ยมลูกค้าที่ลพบุรีมาเห็น.....สวยดีเหมาะสำหรับคุณมาก

4.3 การเป็นผู้ฟังที่ดี เมื่อพนักงานขายถามคำถามผู้มุ่งหวังก็ต้องรับฟังคำตอบอย่างใกล้ชิด ซึ่งหมายความว่าฟังและเข้าใจสิ่งที่ผู้อื่นพูด เทคนิคที่พนักงานขายสามารถเอามาใช้ในการช่วยให้มีทักษะในการฟังที่ดีมีหลายวิธีดังนี้

4.3.1 การจดโน้ตไปด้วยระหว่างผู้มุ่งหวังกำลังพูด

4.3.2 การกล่าวซ้ำโดยใช้คำพูดของตนเองในสิ่งที่ผู้มุ่งหวังได้กล่าว

4.3.3 การแสดงทัศนคติต่อสิ่งที่ผู้คาดหวังได้กล่าวและ

4.3.4 การถามคำถามตามไปด้วย

5. การสาธิต (demon stations) เป็นการสาธิตเพิ่มเติมหรือปฏิบัติซ้ำหลาย ๆ ครั้งของพนักงานขายควรจะทำให้ผู้มุ่งหวังได้มีโอกาสร่วมสาธิตกับผลิตภัณฑ์ด้วย การสัมผัส ความรู้สึก หรือร่วมปฏิบัติซึ่งจะเป็นผลดีต่อพนักงานขายอีกด้วย ซึ่งการสาธิตมีส่วนช่วยให้การขายมีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้นและก็จะอาจนำไปสู่ความสำเร็จได้ เพราะการสาธิตจะดึงดูดความสนใจจากผู้มุ่งหวังทำให้เกิดความต้องการและจงใจให้ตัดสินใจซื้อ

สำหรับการสาธิตบางครั้งผู้มุ่งหวังอาจเป็นผู้ตกลงใจจะซื้อ ดังนั้นพนักงานขายต้องสามารถสาธิตถึงคุณลักษณะของสินค้าที่ผู้มุ่งหวังเห็นว่าน่าสนใจได้ทุก ๆ อย่างโดยสาธิตจุดเด่นของสินค้าหลาย ๆ วิธีและพิจารณาเวลาและสถานที่ที่เหมาะสมสำหรับการสาธิต

6. การจัดการข้อโต้แย้ง (handling objections) พนักงานขายส่วนใหญ่จะพบปัญหาการปฏิเสธเกี่ยวกับการขายที่เกิดจากลูกค้าไม่เห็นด้วยกับการแสดงออกของลูกค้า หรือทั้งหมดที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หรือบริการ จึงเกิดข้อโต้แย้ง 2 รูปแบบดังนี้

6.1 การโต้แย้งแบบจริงจังและแบบมีเหตุผล เกิดขึ้นกรณีที่การเสนอขายของพนักงานขายไม่สามารถให้รายละเอียดที่เกี่ยวกับสินค้าหรือบริการได้อย่างชัดเจนหรือสมบูรณ์ตามที่ต้องการเท่าที่ควรทำให้ผู้มุ่งหวังไม่ต้องการสินค้าที่เสนอขายซึ่งทำให้พนักงานขายต้องอธิบายรายละเอียดต่าง ๆ เพิ่มเติมอย่างละเอียดจึงจะได้ผลสำเร็จ

6.2 การโต้แย้งแบบไม่จริงจังหรือแบบไม่มีเหตุผล การโต้แย้งแบบนี้จะทำให้ความลำบากใจยุ่งยากให้แก่พนักงานขายมากเพราะไม่ได้เกิดขึ้นเนื่องจากข้อบกพร่องทางด้านสินค้าหรือพนักงานขาย แต่เป็นเพราะผู้มุ่งหวังไม่ต้องการซื้อสินค้า จึงมีการโต้แย้งในแบบเลียง ๆ เช่น ขอดูคูก่อน ซึ่งพนักงานขายจะต้องพยายามพูดและโน้มน้าวใจอย่างเต็มที่เมื่อพนักงานขายเห็นว่าอาจจะเกิดข้อโต้แย้งแบบนี้อย่าปล่อยให้ผู้มุ่งหวังเริ่มก่อนจะพลาดโอกาสในการขายได้

สาเหตุที่ผู้มุ่งหวังมีข้อโต้แย้งอาจเกิดจากสาเหตุดังนี้

- 1) ไม่เห็นว่าจำเป็นต้องซื้อเลย
- 2) ได้รับข้อมูลน้อยไป และไม่เพียงพอในการตัดสินใจ
- 3) เป็นลักษณะธรรมชาติที่ต้องโต้แย้งไว้ก่อน และเป็นสัญชาตญาณในการต่อรอง
- 4) อาจไม่ใช่ผู้มุ่งหวังที่แท้จริงทีเดียว
- 5) มีสัญญาผูกพันกับบริษัทอื่น

แต่บางครั้งข้อโต้แย้งที่เกิดขึ้นอาจเกิดมาจากอุปสรรคในการขายและข้อขัดแย้งจนทำให้ผู้มุ่งหวังไม่สามารถซื้อได้ เช่น “เพิ่งซื้อสินค้ามาเมื่อวานนี้” และ “ไม่มีเงิน” ซึ่งทำให้พนักงานขายต้องมีวิธีการเสนอขายในระบบเงินผ่อนหรือเว้นระยะในการไปเยี่ยมใหม่ในครั้งต่อไปดังตัวอย่างข้อโต้แย้ง เช่น

ผู้มุ่งหวัง : ผมไม่มีเงินซื้อตอนนี้

พนักงานขาย : เป็นธรรมดาที่ท่านต้องรู้สึกอย่างนั้น แต่ในระยะที่ราคาสูงขึ้นเรื่อย ๆ แบบนี้ ท่านจะไม่ซื้อเดี๋ยวนี้หรือครับ

ผู้มุ่งหวัง : ผมไม่มีเวลา

พนักงานขาย : นักบริหารที่ไม่ค่อยมีเวลา มักจะให้ความสนใจต่อสิ่งที่ช่วยในการประหยัดเวลาเสมอ สินค้าของเรา.....

7. การปิดการขาย (closing) เป็นกระบวนการสุดท้ายที่พนักงานจะทราบว่าลูกค้าผู้มุ่งหวังซื้อสินค้าหรือไม่ โดยมีเทคนิคการปิดการขายได้ดังนี้

7.1 การปิดการขายโดยตรง พนักงานขายจะถามตรง ๆ ว่าต้องการหรือไม่ หลังจากเสนอขายและข้อมูลต่าง ๆ เรียบร้อยแล้ว เช่น คุณจะกรุณาเซ็นชื่อจองในสัญญาวันนี้เลยได้ไหมครับ คุณจะสั่งซื้ออะไรดีครับ

7.2 การปิดการขายแบบสมมติ การปิดการขายแบบนี้เป็นการสมมติว่าผู้มุ่งหวังได้ให้คำมั่นสัญญาภายหลังที่ผู้ซื้อได้ให้สิ่งที่บ่งบอก (verify signal) ที่จะซื้อและก็เป็นไปได้ในการทดลองโดยการขาย พนักงานขายก็จะเขียนคำสั่งซื้อหรือเขียนใบส่งของ ดังนั้นผู้มุ่งหวังก็จะถาม ตัวอย่างคำถามเช่นชื่อลงในแบบฟอร์มและผม(พนักงานขาย) จะจัดส่งไปให้วันพรุ่งนี้ครับ

7.3 การปิดการขายแบบให้ข้อเสนอพิเศษ วิธีนี้พนักงานขายจะมีข้อเสนอให้กับผู้มุ่งหวังเพื่อกระตุ้นให้ตัดสินใจซื้อทันที เช่น ของแถมฟรี จัดส่งฟรี เวลาชำระเงินนาน และอัตราดอกเบี้ยต่ำ ซึ่งผู้มุ่งหวังก็จะมีความรู้สึกที่ดีต่อพนักงานขาย

7.4 การปิดการขายด้วยการตัดสินใจ สำหรับวิธีนี้ขึ้นอยู่กับพื้นฐานหรือหลักการของพนักงานขายแบบสรุปผลประโยชน์ ซึ่งสามารถพูดหรือตัดสินใจแทนผู้มุ่งหวังและมีความเห็นคล้ายตาม เช่น คุณตกลงซื้อรถคันนี้นะครับ

7.5 การปิดการขายแบบทดลองปิด สำหรับวิธีนี้พนักงานขายจะพยายามปิดการขายเมื่อมีโอกาสในระหว่างการเสนอขาย ในขณะที่ผู้มุ่งหวังเกิดความลังเลก็ควรทดลองปิดการขายเพื่อทดสอบความรู้สึกของผู้มุ่งหวังว่าจะตัดสินใจซื้อหรือไม่ ซึ่งพนักงานขายต้องมั่นใจว่าผู้มุ่งหวังกำลังจะตัดสินใจอยู่ เช่น คุณชอบสีขาและสีแดงมากกว่ากันครับคุณจะให้พนักงานขายของบริษัทไปติดตั้งได้เมื่อไรครับ

หลังจากปิดการขายแล้วพนักงานขายจะต้องมีการอำนวยความสะดวกและบริการให้กับลูกค้า ซึ่งการบริหารหลังการขายนั้นมีประสิทธิภาพและช่วยลดปัญหาต่าง ๆ ของลูกค้าได้ ซึ่งจะทำให้ลูกค้ากลับมาซื้อสินค้าเพิ่มและสร้างภาพพจน์ที่ดีแก่บริษัท สินค้าและพนักงานขาย

8. การติดตามผล (follow up) การติดตามผลการขายสินค้าเมื่อพนักงานขายขายได้สำเร็จ โดยการดูแลลูกค้าที่ซื้อไปใช้ กรณีสินค้าครบตามจำนวนและสินค้าส่งตามเวลา รวมถึงการดูแลลูกค้าเรื่องการจัดตั้ง ประสิทธิภาพการทำงานของสินค้า ซึ่งพนักงานต้องสามารถทำในสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ได้หมดเพื่อประโยชน์ของตัวพนักงานขาย

## สรุป

ศิลปะการขาย เป็นการใช้ทักษะและเทคนิคการขายโดยการให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าและบริการเพื่อทำให้ลูกค้าเกิดความต้องการและตัดสินใจซื้อสินค้า โดยพนักงานขายต้องศึกษาเกี่ยวกับทฤษฎีการขายเพื่อเป็นเครื่องมือช่วยสำหรับการเสนอขาย

ทฤษฎีการขายมี 4 ทฤษฎีดังนี้คือ 1) ทฤษฎีโอกาส เป็นการทำให้เกิดความเอาใจใส่ การกระตุ้นให้เกิดความสนใจ การสร้างความต้องการ การตัดสินใจและการทำให้ลูกค้าเกิดความพอใจ 2) ทฤษฎีการขายตามสภาวะการณ์ที่เหมาะสม เป็นสภาวะการณ์อย่างหนึ่งที่ทำให้เกิดปฏิกิริยาตอบสนองเกิดขึ้นกรณีที่พนักงานขายได้เสนอในสิ่งที่ลูกค้าต้องการตามสภาวะการณ์ต่าง ๆ 3) ทฤษฎีสูตราบแห่งการซื้อจะเกี่ยวกับการซื้อของผู้ซื้อเป็นหลักโดยมุ่งให้ผู้ขายแก้ปัญหาต่าง ๆ ให้กับลูกค้า 4) ทฤษฎีสมการพฤติกรรมเป็นการใช้สมการด้านพฤติกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับการตอบสนองหรือแนวโน้มการตอบสนองภายใน ความมีใจโน้มเอียงหรือแนวโน้ม

การตอบสนองภายในซึ่งมีนิสัยที่ทำเป็นประจำ ระดับของแรงขับในปัจจุบัน สัณยภาพของ  
การจูงใจและปริมาณของแรงกระตุ้นที่เกี่ยวกับแรงจูงใจ ข้อมูลข่าวสารหรือผลิตภัณฑ์

กระบวนการขายมี 8 ขั้นตอนเป็นสิ่งที่พนักงานขายต้องศึกษาเพื่อใช้สำหรับ  
การขายสินค้านั้นจะประกอบด้วย 1) การแสวงหาลูกค้า 2) การเตรียมตัว 3) การเข้าพบ  
4) การเสนอขาย 5) การสาริต 6) การจัดซื้อได้แย่ง 7) การปิดการขาย และ 8) การติดตามผล  
การปฏิบัติงานของพนักงาน



### แบบฝึกหัดบทที่ 3

1. จงอธิบายความหมายของศิลปะการขาย
2. ทฤษฎีการขายมีกี่ทฤษฎีอะไรบ้าง จงอธิบาย
3. จงอธิบายทฤษฎีไอคาส
4. ทฤษฎีการขายตามสภาวะการณ์ที่เหมาะสมคืออะไร จงอธิบาย
5. ทฤษฎีสมการพฤติกรรมมีองค์ประกอบใดบ้าง จงอธิบาย
6. กระบวนการขายมีขั้นตอนอะไรบ้าง จงอธิบาย
7. การเตรียมตัวก่อนเข้าพบลูกค้ามีอะไรบ้าง จงอธิบาย
8. วิธีการเข้าพบลูกค้ามีขั้นตอนใดบ้าง จงอธิบาย
9. การเข้าพบลูกค้ามีกี่วิธีอะไรบ้าง จงอธิบาย
10. การเสนอขายของพนักงานขายควรปฏิบัติอย่างไร จงอธิบาย

## เอกสารอ้างอิง

จุฑา เทียนไทย และพรรณพิมล ก้านกนก. (2538). การบริหารงานขาย. กรุงเทพมหานคร :  
มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

ศศันท์ วิวัฒน์ชาติ. (2545). เทคนิคการขายอย่างมีประสิทธิภาพ (พิมพ์ครั้งที่ 2).

กรุงเทพมหานคร : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สอ้าน ไปรยบำรุง. (2547). การบริหารงานขาย. กรุงเทพมหานคร : จามจุรีโปรดักท์.

อนุวัฒน์ มลายอริสุนย์. (2543). สุดยอดศิลปะการขาย (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพมหานคร :

ภาพพิมพ์.