



การขาย

เป็นรากฐานแห่งความสำเร็จ ของ กิจการ

สากล ธนสัตยาวิบูล*

ป ระเทศไทย เป็นประเทศที่เปิดโอกาสให้มีการค้าขายโดยเสรี ภายใต้อำนาจของกฎเกณฑ์ในการประกอบธุรกิจใด ๆ ไม่ว่าจะทำกิจกรรมประเภทไหนก็ตาม จะมีการเกี่ยวข้องกับการเสนอขายสิ่งใดสิ่งหนึ่งในสองอย่างเท่านั้น คือ

1. สินค้า ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่จับต้องได้ เป็นรูปธรรม ผู้ซื้อสินค้านั้น ๆ จะได้สินค้าไปใช้ประโยชน์ในทันที เช่น ตู้เย็น โทรทัศน์ เป็นต้น
2. บริการ ซึ่งเป็นการเสนอขายความพึงพอใจ หรือการให้ความคุ้มครองที่ลูกค้าจะได้รับจากการซื้อบริการนั้น เช่น การขายกรมธรรม์ประกันภัย ไม่ว่าประกันชีวิตหรือประกันวินาศภัย การจัดงานในแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ หรือกิจการธนาคาร เป็นต้น

ดังนั้นจึงเป็นเหตุผลที่ทำให้ธุรกิจโดยทั่วไปยอมทำการอยู่กับสองสิ่งนี้เท่านั้น นั่นคือเพื่อที่จะขายสินค้าหรือไม่ก็เพื่อที่จะให้บริการแก่ลูกค้า

สังคมไทยตั้งแต่ในสมัยก่อน ๆ ผู้หลักผู้ใหญ่ มักจะแนะนำให้ลูกหลานรำเรียนไปเป็นเจ้าขุนมูลนาย จึงทำให้ผู้คนจำนวนมากคิดว่าตนเอง “ขายสินค้าหรือบริการไม่เป็น” แต่เขาเหล่านั้นจะต้องประสบกับความประหลาดใจอย่างมาก ถ้าหากทราบว่าแท้จริงแล้วมนุษย์เราทุกคนทำการขายอยู่ตลอดชีวิต

สังคมไทยตั้งแต่สมัยก่อน ๆ ผู้หลักผู้ใหญ่มักจะแนะนำให้ลูกหลาน ร่ำเรียนไปเป็นเจ้าขุนมูลนาย โดยการเข้ารับราชการ และเด็ก ๆ ก็มักจะคุ้นเคยกับการขอเงินไปเพื่อซื้อหาจับจ่ายสิ่งของตามต้องการ จึงทำให้ผู้คนจำนวนมากคิดว่าตนเอง “ขายสินค้าหรือบริการไม่เป็น” แต่เขาเหล่านั้นจะต้องประสบกับความประหลาดใจอย่างมาก ถ้าหากทราบว่าแท้ที่จริงแล้วมนุษย์เราทุกคนทำการขายอยู่ตลอดชีวิต

ลองคิดและพิจารณาดูซิว่า ขณะที่เราเกิดความรู้สึกอย่างแรงกล้าต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง และเกิดความเชื่อมั่นในความคิดเห็นของตนเองอย่างมาก จนกระทั่งอยากจะบอกให้คนอื่นทราบ อาจเป็นกรณีหลังจากท่านซื้อดูยีนมาใหม่ ชมภาพยนตร์เรื่องใหม่หรืออะไรก็ได้ แล้วก็เก็บเอาไว้คนเดียวไม่ได้ อยากจะเล่าให้คนอื่นฟังเหลือเกิน เมื่อท่านได้เล่าเรื่องเช่นนั้นแล้ว นั่นแหละคือการที่ท่านได้ถ่ายทอดเรื่องราวอันเป็น “ความกระตือรือร้นส่วนตัว” ของท่านออกไป

การที่ท่านทำเช่นนั้นก็คือ การขายของท่านนั่นเอง ท่านได้ “ขาย” ความคิดเห็นของท่านให้แก่ใครคนใดคนหนึ่งโดยปราศจากความกระอักกระอ่วนใจ หรือความหวั่นกลัวแต่ได้ทำไปด้วยความภาคภูมิใจ และด้วยความเชื่อมั่นในการกระทำของท่านเอง สมกับคำกล่าวที่ถูกต้องอย่างยิ่งว่า :-

“การขาย คือ การถ่ายทอดความเชื่อมั่นจากจิตใจของผู้ขายไปสู่จิตใจของผู้ซื้อ”

ในภาวะเศรษฐกิจเช่นในปัจจุบันนี้ ทุกคนต้องดิ้นรนต่อสู้เพื่อความอยู่รอดของชีวิตและเพื่อเพิ่มพูนคุณภาพในด้านความเป็นอยู่ ถ้าท่านสนใจอยากจะเพิ่มพูนรายได้นอกเหนือจากการได้รับเงินเดือนประจำแน่นอนแล้ว ก็ลองมาสนใจเกี่ยวกับการขายสินค้าหรือบริการที่จะช่วยเพิ่มพูนรายได้ให้กับท่าน บางคนมีความสามารถจนประสบความสำเร็จในอาชีพการขาย กลายเป็นนักขายมืออาชีพก็มากมาย

โดยทั่วไป ลำดับขั้นในการดำเนินการขาย แบ่งออกเป็น 4 ขั้นตอนด้วยกัน คือ

1. การเลือกสรรผู้ที่คาดว่าจะ **เป็นลูกค้า หรือผู้คาดหวัง (Prospecting)**
2. การเตรียมการเพื่อเข้าพบผู้ **คาดหวัง (Preapproach)**
3. การเข้าพบผู้คาดหวัง (**Approach**)
4. การติดตามผล (**The Follow-up**)

1. การเลือกสรรผู้ที่คาดว่าจะ **เป็นลูกค้า (Prospecting)**

การแสวงหาผู้ที่คาดว่าจะ **เป็นลูกค้า** คือ รากฐานอันสำคัญยิ่งของความสำเร็จในการขาย สิ่งที่เราขาดไม่ได้เป็นอันดับ สำหรับการขายก็คือ รายชื่อใหม่ ๆ ของผู้ที่คาดว่าจะ **เป็นลูกค้า**ทั้งหลายซึ่งเปรียบเสมือนแหล่งวัตถุดิบที่วิเศษนั่นเอง

การหาลูกค้าใหม่ไม่ใช่เรื่องยาก แต่จะต้องมีการวางแผนเสียก่อน โดยเลือกเฉพาะผู้ที่มีคุณสมบัติเข้าข่ายที่จะซื้อสินค้า หรือบริการของท่านได้ จะทำให้ประหยัดเวลาและค่าใช้จ่ายในการติดต่อได้มาก

สำหรับคุณสมบัติของผู้ที่คาดว่าจะ **เป็นลูกค้า**นั้น ควรต้องมีคุณสมบัติบางอย่างดังต่อไปนี้ :-

- (1) มีความต้องการในตัวสินค้าหรือบริการ
 - (2) มีความสามารถในการซื้อ
 - (3) มีความสามารถในการชำระหนี้
 - (4) มีอำนาจในการตัดสินใจที่จะซื้อ
 - (5) ไม่มีภาระผูกพันหรือผูกขาดการซื้อต่อกับกิจการใดกิจการหนึ่งโดยเฉพาะ
 - (6) สามารถเข้าถึงและมีเวลาให้กับการที่ท่านจะเสนอขายสินค้าหรือบริการ
- ซึ่งคุณสมบัติดังกล่าว ถ้าผู้ที่คาดว่าจะ **เป็นลูกค้า**ขาดเพียงข้อใดข้อหนึ่ง ก็ไม่ใช่ผู้คาดหวังที่จะ **เป็นลูกค้า**ที่ดี และก็ไม่เหมาะสมที่จะเสียเวลาเข้าไปติดต่อกับ

การแสวงหาลูกค้าในความหวัง ควรเริ่มต้นจากผู้ที่ท่านรู้จักและคัดเลือกออกเป็น 3 กลุ่ม คือ เพื่อน เพื่อนบ้าน และญาติ ขณะที่ความเชื่อมั่นในการขายของท่านเพิ่มพูนขึ้น ก็ขยับเลื่อนไปติดต่อกับกลุ่มอื่น ๆ อีกเรื่อยไป (รายชื่อเพื่อนของท่าน ควรจะมีทั้งเพื่อนใหม่และเพื่อนเก่า เพื่อนจากโรงเรียนเดิม ผู้คนที่เคยพบปะในที่ทำงาน

ทุกวัน ผู้คนที่รู้จักในกิจการด้านสังคม หรือบริการ ควรพิจารณาว่าข้อมูลอะไรควรใช้ในโอกาสใดจึงจะเหมาะสม

2. การเตรียมการเข้าพบผู้คาดหวัง (Preapproach)

หลักปฏิบัติของนักขายมืออาชีพ โดยทั่วไปแล้ว จะต้องมีการกระทำกิจกรรมบางอย่างก่อนการเสนอขายสินค้าหรือบริการ โดยการหาข่าวและเตรียมข้อมูลเกี่ยวกับบุคคลที่คาดว่าจะซื้อสินค้า ซึ่งจะให้มีโอกาสที่จะประสบความสำเร็จในการขายมากยิ่งขึ้น

สำหรับข้อมูลที่ท่านควรจะต้องทราบเกี่ยวกับผู้ที่คาดว่าจะเป็นผู้ซื้อได้แก่ :-

ข้อมูลส่วนตัวเกี่ยวกับผู้คาดหวัง ซึ่งท่านต้องพยายามทราบให้มากที่สุด อาทิเช่น

- อายุ สุขภาพอนามัย
- พื้นฐานการศึกษา ศาสนา
- อาชีพ สถานที่ทำงาน ตำแหน่ง ความรับผิดชอบ รายได้โดยประมาณ
- ที่อยู่ (เป็นเจ้าของหรือเช่าอยู่)
- หมายเลขโทรศัพท์ วันเดือนปีเกิด
- ขนาดครอบครัว มีบุตรกี่คน
- อุปนิสัยใจคอ เวลาที่อยู่ (ถ้าจะนัดหมายล่วงหน้า)

-ฐานะในสังคม เป็นสมาชิกของสมาคมใดหรือสโมสรใดบ้าง เพื่อนสนิท งานอดิเรก

ข้อมูลต่าง ๆ ดังข้างต้นนี้จะช่วยให้การขายของท่าน มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ท่านควรพยายามค้นหาข้อมูลให้ได้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้ แม้จะไม่ครบถ้วนก็ตาม ก่อนที่จะเสนอขายสินค้า

หรือบริการ ควรพิจารณาว่าข้อมูลอะไรควรใช้ในโอกาสใดจึงจะเหมาะสม

นอกจากข้อมูลเกี่ยวกับผู้คาดหวังแล้ว ท่านก็ต้องรอบรู้เกี่ยวกับตัวสินค้าหรือบริการที่จะนำไปเสนอขาย (คุณภาพ รูปแบบ ประโยชน์การใช้งาน ของสินค้าที่ลูกค้าจะได้รับ) ต้องรู้ความเคลื่อนไหวของผู้แข่ง ตลอดจนการแต่งตัวของตนเองต้องเป็นการเพิ่มบุคลิกลักษณะให้เกิดความศรัทธา น่าเชื่อถือ ใบหน้าส่อแววถึงการมีมนุษยสัมพันธ์

3. การเข้าพบผู้คาดหวัง (Approach)

ในการพบผู้คาดหวังเพื่อเปิดการเสนอขายสินค้าหรือบริการอาจทำได้หลายวิธีด้วยกัน กล่าวคือ :-

(1) การติดต่อโดยตรง ท่านจะต้องอาศัยความสามารถของท่านในการเสนอขายอย่างเต็มที่ กรณีที่ท่านไปเสนอขายสินค้าด้วยตนเอง อาจทำให้ผู้คาดหวังไม่กล้าปฏิเสธ และเปิดโอกาสให้ท่านชี้แจงวัตถุประสงค์ของการมาเยี่ยมพวควร แต่ในบางครั้งผู้คาดหวังจะไม่อยากพบ เว้นแต่จะมีการนัดหมายล่วงหน้าก่อน

(2) การติดต่อทางจดหมาย เป็นวิธีที่ไม่ค่อยมีประสิทธิภาพเท่าเทียมกับวิธีแรก แต่เสียค่าใช้จ่ายอย่างมาก ลูกค้าในความหวังของท่านที่ได้รับจดหมาย อาจจะละเลยเพิกเฉย ไม่สนใจจดหมายเท่าที่ควร การใช้วิธีนี้ควรเป็นจดหมายที่ใช้ถ้อยคำที่สั้น กระชับ ตรงจุด และควรส่งจดหมายแบบลงทะเบียน

พร้อมทั้งสอดซองปิดแถมปี หรือไปรษณียบัตรที่เจ้าหน้าที่ส่งกลับไว้เรียบร้อย เพื่อความสะดวกแก่ผู้รับ และท่านจะไปพบอีกครั้งเพื่อเสนอขายสินค้าหรือบริการ ถ้าเขาสนใจ

(3) การติดต่อทางโทรศัพท์ โดยทั่วไปมักจะใช้โทรศัพท์ขออนุญาตพบผู้คาดหวังล่วงหน้า บางครั้งก็ใช้โทรศัพท์เพื่อรับคำสั่งซื้อเลย ซึ่งเป็นวิธีการประหยัดค่าใช้จ่ายและเวลา แต่ให้ผลน้อย เพราะท่านและผู้คาดหวังไม่มีโอกาสที่จะพบปะแลกเปลี่ยนความคิดเห็นซึ่งกันและกันเท่าที่ควร และบางรายก็ไม่ชอบ ถือว่าเป็นการไม่ค่อยจะสุภาพ

การเปิดเจรจาขายสินค้าหรือบริการนั้น ท่านจะต้องพยายามพูดถึงประโยชน์ที่ผู้ซื้อจะได้รับจากสินค้าหรือบริการ เพื่อกระตุ้นและสร้างความสนใจ เพราะการเสนอขายเป็นระยะเวลาสำคัญที่สุด ความสำเร็จของการขายจึงขึ้นอยู่กับความสามารถที่จะเลือกใช้วิธีการที่มีประสิทธิภาพ โดยที่ท่านจะต้องพยายามทำให้ผู้คาดหวังเกิดปฏิกิริยาตามลำดับขั้น ดังนี้

(1) ทำให้ผู้คาดหวังเกิดความเอาใจใส่ โดยการใช้คำพูดที่เหมาะสม ท่านต้องพยายามหาวิธีการเปิดการสนทนาให้การเสนอขายเป็นที่น่าสนใจ

(2) กระตุ้นให้เกิดความสนใจ ผู้คาดหวังมักจะสนใจเมื่อเขาทราบแน่ชัดถึงประโยชน์ของสินค้านั้น โดยท่านต้องพยายามชี้ให้เห็นถึงประโยชน์ของสินค้าหรือบริการที่สามารถสนอง

ความต้องการของเขาได้ พยายามเปลี่ยนความเอาใจใส่ให้เป็นความสนใจ โดยทั่วไปผู้คาดหวังเขาจะเกิดความสนใจเมื่อท่านแต่งกายสุภาพ ยิ้มแย้มแจ่มใสเป็นกันเอง พูดแต่สิ่งที่เกี่ยวข้องกับปัญหาของเขา มีการนำสินค้ามาสาธิต หรือนำมาแสดงหรือมีการแนะนำจากบุคคลที่เขารักใคร่นับถือ

(3) **เร่งเร้าความสนใจ** ก่อนที่ท่านจะเสนอขายสินค้า ควรสนับสนุนให้ผู้คาดหวังได้พูดแสดงความคิดเห็นจะทำให้ท่านอ่านความคิดเห็นของเขาได้ง่าย และรู้ว่าควรเน้นจุดใด นอกจากนั้นควรทำตนเป็นบุคคลที่น่าสนใจ กล่าวถึงแต่เรื่องที่ผู้คาดหวังสนใจ และพยายามช่วยแก้ไขปัญหามให้ผู้คาดหวัง บางครั้งการใช้สมุดคู่มือและเกิดตลกตลกประกอบการเสนอขายจะช่วยสร้างความเข้าใจให้ดียิ่งขึ้น

(4) **สร้างความต้องการให้เกิดขึ้น** ท่านต้องเริ่มเสนอสิ่งที่จะเป็นประโยชน์ต่อผู้คาดหวัง พยายามหาความต้องการของผู้คาดหวัง ผู้ที่จะซื้อสินค้าไปอาจมีความต้องการไม่เหมือนกัน บางคนต้องการกำไร ในขณะที่บางคนไม่ต้องการความยุ่งยาก และบางคนต้องการการประหยัดเวลา เป็นต้น

ในการเสนอขายสินค้า ท่านต้องพยายามเน้นถึงสิ่งที่คุณจะได้รับเมื่อซื้อสินค้าไป ในการพูดเสนอขายสินค้าหรือบริการ ท่านต้องมีความกระตือรือร้น จริงใจ และมีความคิดล่วงหน้าเสมอ พยายามอย่าให้การสนทนาเพื่อเสนอขายสินค้าหรือบริการขาดตอน

ในการเสนอขายสินค้า ผู้คาดหวังอาจจะมีการแสดงออกในทางต่อต้านไม่เห็นด้วย หรือไม่ชอบที่จะซื้อ โดยการตำหนิ ซึ่งท่านจะต้องอธิบายจนเขายอมรับ อย่าแสดงความดื้อดันและประหม่าจนเกินไป

ลักษณะของข้อโต้แย้ง อาจมีด้วยกันหลายกรณี เช่น

1. **การโต้แย้งแบบจริงจัง** หรือแบบมีเหตุผลซึ่งเกิดขึ้นจากการเสนอขายที่ท่านให้รายละเอียดไม่ชัดเจนหรือไม่สมบูรณ์เท่าที่ควร เนื่องจากมีข้อบกพร่องบางประการ ทำให้ผู้คาดหวังไม่เกิดความต้องการสินค้าที่เสนอขาย ท่านจะต้องพยายามให้การอธิบายรายละเอียดต่าง ๆ เพิ่มเติม จึงจะได้ผล

2. **การโต้แย้งแบบไม่จริงจัง** หรือแบบไม่มีเหตุผล การโต้แย้งแบบนี้จะทำให้ความลำบากใจ ยุ่งยากใจ ให้แก่ท่านมาก เพราะไม่ได้เกิดขึ้นเนื่องจากข้อบกพร่องทางด้านตัวสินค้า หรือตัวท่าน แต่เป็นเพราะผู้คาดหวังไม่ต้องการซื้อสินค้า หรือใช้บริการที่ท่านนำมาเสนอขาย จึงมีการโต้แย้งในแบบเล็กน้อย เช่น “ขอคิดดูก่อน” หรือ “เอาไว้วันหลังค่อยมาใหม่” ท่านจะต้องพยายามรุกโดยใช้ความพยายามโน้มน้าวใจอย่างเต็มที่ เมื่อท่านเห็นว่าอาจจะเกิดข้อโต้แย้งแบบนี้ อย่าปล่อยให้ผู้คาดหวังเริ่มก่อน ท่านจะพลาดโอกาสการขายไป

3. **อุปสรรคในการขายที่เป็นข้อขัดข้องที่เกิดขึ้นจริง ๆ** ซึ่งจะทำให้ผู้คาดหวังไม่สามารถซื้อสินค้าได้ เช่น

ผู้ขายเพิ่งซื้อสินค้าชนิดนั้นมา หรือมีเงินไม่พอ เป็นต้น ในกรณีเช่นนี้ท่านอาจใช้วิธีการเสนอขาย แบบระบบเงินผ่อนหรือเว้นสักระยะหนึ่ง แล้วค่อยไปเสนอขายใหม่อีกครั้ง

ข้อโต้แย้งบางอย่าง ท่านต้องรีบตอบโต้ทันที แต่บางอย่างก็ต้องรอจังหวะ ท่านจะต้องพยายามผ่อนคลาขข้อโต้แย้งรับฟังเหตุผล วินิจฉัยว่าเป็นการปฏิเสธแบบใด มีสาเหตุจากอะไร เพราะสาเหตุที่ผู้คาดหวังมีข้อโต้แย้งอาจเกิดจาก :-

1. ไม่เห็นว่าจำเป็นต้องซื้อ
2. อาจไม่ใช่ผู้คาดหวังที่แท้จริง
3. ได้รับข้อมูลน้อยไปไม่เพียงพอ
4. เป็นสัญชาตญาณในการต่อต้านตามธรรมชาติ

ท่านควรมีความอดทน สุขุมรอบคอบ ควบคุมอารมณ์ด้วยดี พยายามรับฟังด้วยความสนใจและเข้าใจ บางครั้งข้อโต้แย้งอาจจะช่วยให้ท่านได้ทราบถึงสิ่งจูงใจภายในใจของผู้คาดหวังได้ อันจะทำให้ท่านสามารถปรับและเสนอขายให้สอดคล้องเข้ากันได้ ทำให้ประสิทธิภาพในการเสนอขายกระทำได้ดีขึ้น

กระบวนการขั้นสุดท้ายในการเสนอขาย ก็คือ การสรุปการขาย หรือปิดการขาย (*Closing Sales*) ท่านจะทราบว่าผู้คาดหวังตกลงใจที่จะซื้อสินค้าหรือบริการหรือไม่ ซึ่งการปิดการขายท่านจะทำต่อเมื่อท่านให้ข้อมูลรายละเอียดต่าง ๆ ตอบข้อโต้แย้ง และชักจูงใจผู้คาดหวังถึงขั้นสูงสุดแล้ว

การปิดการขายนั้น อาจกระทำ

ได้ 3 วิธี คือ

(1) ให้ผู้คาดหวังกล่าวออกมาเอง โดยท่านจะเจียบเมื่อเห็นผู้คาดหวังอยู่ในอารมณ์พร้อมที่จะตกลงใจซื้อแล้ว

(2) การปิดการขายโดยตรง ท่านจะสอบถามความต้องการ โดยการใช้น้ำพุตสละสลวยหรือขอให้ผู้คาดหวังเซ็นใบสั่งซื้อสินค้าเลย

(3) การปิดการขายทางอ้อม วิธีนี้เป็นที่นิยมกันมาก เพราะจะไม่มี การตั้งคำถามอย่างโจ่งแจ้งตรง ๆ แต่จะถามแบบอ้อม ๆ เช่นถามว่า “ต้องการจะรับไปเองหรือจะให้ส่งไปให้ที่บ้าน” หรือ “ต้องการชำระเงินสด หรือเงินผ่อน” เป็นต้น

ท่านควรจะปิดการขายเมื่อ :-

(1) ได้ทำการชี้แจงข้อโต้แย้งต่าง ๆ จนไม่มีข้อสงสัยใด ๆ แล้ว และคาดว่าจะเป็นที่พอใจของผู้ที่ท่านคาดหวังว่าจะซื้อสินค้านั้น

(2) เมื่อท่านเห็นว่าได้นำสินค้าออกมาสาธิต หรือแสดงให้ผู้คาดหวังชมเป็นเวลานานพอแก่การตัดสินใจได้แล้ว

(3) เมื่อผู้คาดหวังได้พูดถึงความต้องการในสินค้าอย่างแน่นอน แต่มีข้อข้องบางอย่างเล็กน้อย เช่น เกี่ยวกับราคา สี ฯลฯ

ภายหลังที่ท่านได้ทำการขายเสร็จเรียบร้อยแล้ว ก่อนจะลาจากลูกค้า ท่านควรให้คำรับรองเกี่ยวกับเงื่อนไขต่าง ๆ และกล่าวซ้ำชมว่า ลูกค้าได้ตัดสินใจถูกต้องแล้ว แต่ถ้าไม่ประสบความสำเร็จในการเสนอขายสินค้า ก็

ควรสร้างสัมพันธ์ภาพอันดีไว้ก่อน เพื่อเป็นการปูทาง สำหรับการที่จะมาเยี่ยมเยียนเพื่อเสนอขายสินค้าหรือบริการในโอกาสภายหน้าต่อไป

การขายที่สมบูรณ์แบบจะต้องมีการติดตามผล เพื่อตรวจสอบความเรียบร้อยของสินค้าที่ส่งไปให้ลูกค้า การติดตั้ง ตลอดจนการใช้งานของสินค้าเป็นที่พอใจของลูกค้าหรือไม่ ลูกค้ามีปัญหาอะไรกับสินค้าหรือเปล่า ซึ่งจะช่วยให้ท่านรักษาสัมพันธ์ภาพอันดีกับลูกค้าไว้ได้ตลอดไป ฉะนั้นท่านจึงควรมีการสอบถามและติดตามผลเมื่อมีโอกาส ท่านควรไปเยี่ยมและพบปะลูกค้าบ้าง หรืออาจให้บริการหลังการขายของเล็ก ๆ น้อย ๆ เนื่องในเทศกาลต่าง ๆ

หลังจากการเยี่ยมลูกค้าแต่ละครั้ง ท่านควรทำการพิจารณาผลของการเยี่ยมเยียนลูกค้าเพื่อปรับปรุงตนเองอยู่เสมอ เพราะถ้าการเยี่ยมในครั้งแรกประสบความสำเร็จ ก็สามารถวางแผนการเยี่ยมครั้งต่อไป โดยอาจตั้งเป้าหมายให้สูงขึ้นอีก แต่ถ้าการเยี่ยมที่ผ่านมามีปัญหา ไม่ประสบความสำเร็จก็จะได้ทำการค้นหาสาเหตุของความล้มเหลว โดยการตรวจสอบแผนงานต่าง ๆ ที่ได้วางไว้ ทั้งนี้เพราะความล้มเหลวอาจมีสาเหตุมาจากหลายประการ เช่น แผนการขายมีข้อบกพร่อง ข้อมูลที่ได้มาเกี่ยวกับผู้คาดหวังไม่ถูกต้องเท่าที่ควร หรือ เทคนิคการขายไม่เหมาะสม เป็นต้น



สรุป

การขาย...ถือได้ว่าเป็นหัวใจที่สำคัญของธุรกิจทุกประเภทที่มีวัตถุประสงค์ของกิจการมุ่งทำการค้าเพื่อหากำไร

การขาย...โดยทั่วไปจำแนกได้ออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ คือ การขายสินค้าที่มีตัวผลิตภัณฑ์ให้จัดต้องมองเห็นได้ กับการขายบริการซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นการสนองตอบความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า หรือการให้ความคุ้มครอง เช่น การขายกรมธรรม์ประกันชีวิต กิจการธนาคาร เป็นต้น

ก่อนที่จะเริ่มเสนอขายสินค้าหรือบริการ ควรที่จะได้เลือกสรรผู้ที่

คาดว่าจะเป็นผู้ซื้อ โดยบุคคลที่คาดหวังนั้นจะต้องมีความต้องการ มีความสามารถในการซื้อ มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อ และมีกำลังเงินที่จะชำระหนี้ได้ ตลอดจนเปิดโอกาสให้เข้าถึงได้ ภายหลัง

เลือกสรรผู้คาดหวังได้แล้ว ควรจะมีการเตรียมการก่อนเข้าพบ โดยการแสวงหาข้อมูลทั้งในส่วนตัวและธุรกิจของผู้ที่คาดว่าจะเป็นผู้ลูกค้าเพื่อนำไปใช้ในการวางแผนการเข้าพบ สำหรับการเข้าพบผู้คาดหวังอาจติดต่อโดยตรงเลยหรือติดต่อทางจดหมาย หรือจะโทรศัพท์นัดล่วงหน้าด้วยการเลือกเวลาที่เหมาะสม เมื่อมีโอกาสได้เข้าพบแล้ว ควรเปิดการเสนอขายด้วยการ

พยายาม กระตุ้นความสนใจ และสร้างความต้องการ พยายามจัดข้อได้เปรียบต่าง ๆ และปิดการขายเมื่อเห็นสมควร ภายหลังประสบความสำเร็จในการขายแล้ว ก่อนลากลับควรย้ำให้ลูกค้าพึงพอใจ

การเสนอขายสินค้าหรือบริการจะสมบูรณ์แบบถาวรได้มีการติดตามผลเพื่อตรวจสอบความเรียบร้อยของสินค้า การติดตั้ง การใช้งาน และพยายามรักษาความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าไว้ตลอดไป ด้วยการพบปะเยี่ยมเยียน ส่งการ์ดอวยพรหรือสิ่งของชำร่วยเล็กน้อย ๆ เนื่องในวาระโอกาสต่าง ๆ ให้แก่ลูกค้า...ที่แสนดี

