

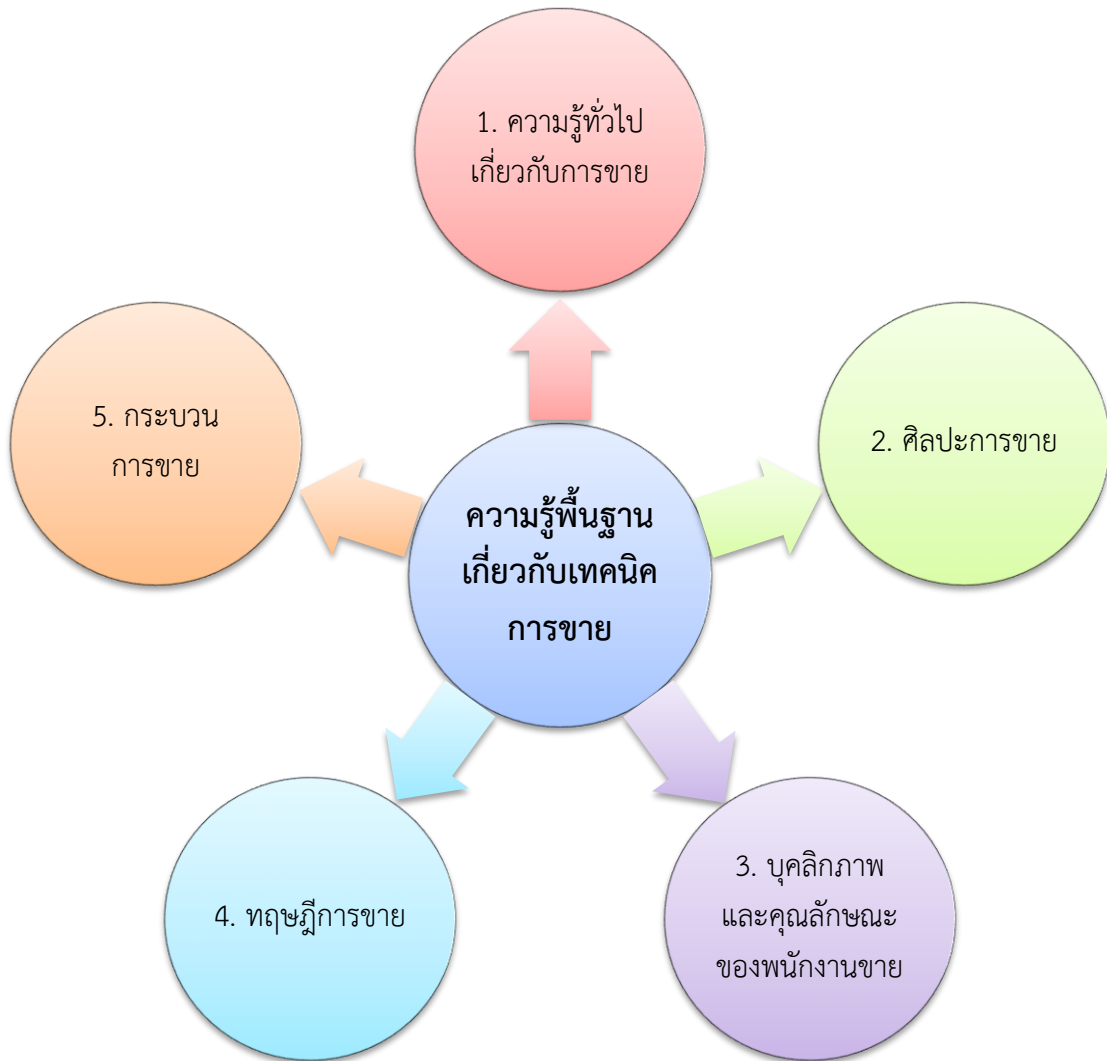
หน่วยที่ 1
ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับเทคนิคการขาย
(Fundamental of Selling)

เอกสารประกอบการสอน
หน่วยที่ 1 ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับเทคนิคการขาย
(Fundamental of Selling)

คำแนะนำการใช้

1. ทำแบบทดสอบก่อนเรียน จำนวน 10 ข้อ
2. ศึกษาเนื้อหาของหน่วยเรียน เรื่อง ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับเทคนิคการขาย
3. ทำแบบฝึกหัดท้ายหน่วย
4. ทำแบบทดสอบหลังเรียน จำนวน 10 ข้อ
5. ตรวจสอบคำตอบ แบบทดสอบก่อนเรียน แบบฝึกหัดและแบบทดสอบหลังเรียน
6. บันทึกคะแนนที่ได้รับลงในแบบสรุปผลการเรียน เพื่อทราบผลการทำกิจกรรม
7. ตรวจสอบความรู้และความเข้าใจ ค้นคว้าหาข้อมูลอย่างอิสระ จากอินเทอร์เน็ต

ผังความคิด (Mind Map)
หน่วยที่ 1 ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับเทคนิคการขาย



แนวคิด

ในกระบวนการผลิตสินค้าหรือบริการเพื่อจำหน่ายแก่ผู้บริโภคจะต้องผ่านขั้นตอนต่างๆ นับตั้งแต่การจัดหาวัตถุดิบจากแหล่งต่างๆ เข้าสู่กระบวนการผลิตจนกลายเป็นสินค้าสำเร็จรูปและการจัดจำหน่ายไปยังตลาดเป้าหมาย ขั้นตอนที่มีความสำคัญมากในกระบวนการนี้คือ การขายที่เกิดจากการสร้างสรรค์งาน โดยบุคคลกลุ่มหนึ่งที่ทำหน้าที่ในการสร้างแรงจูงใจในการซื้อสินค้าให้เกิดขึ้นแก่ลูกค้า กลุ่มบุคคลดังกล่าวคือ พนักงานขายที่มีความรู้ความสามารถในเรื่องกระบวนการวิเคราะห์ความต้องการ ความจำเป็นของมนุษย์ การตอบสนองในสิ่งที่มนุษย์ต้องการความรู้ที่เกี่ยวข้องกับตัวสินค้าและบริการที่จำหน่าย รวมทั้งความพร้อมทางด้านเทคนิคการขายในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อเปลี่ยนพฤติกรรมหรือทัศนคติของบุคคลที่อาจจะยังไม่รู้จักสินค้า ให้รู้จักสินค้าและกลายเป็นลูกค้าที่ตัดสินใจซื้อสินค้าในที่สุด

สาระการเรียนรู้

1. ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการขาย
2. ศิลปะการขาย
3. บุคลิกภาพและคุณลักษณะของพนักงานขาย
4. ทฤษฎีการขาย
5. กระบวนการขาย

จุดประสงค์การเรียนรู้

1. อธิบายความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการขายได้
2. อธิบายเรื่องศิลปะการขายได้
3. บอกบุคลิกภาพและคุณลักษณะของพนักงานขายได้
4. บอกทฤษฎีการขายได้
5. บอกกระบวนการขายได้

แบบทดสอบก่อนเรียน
หน่วยที่ 1 ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับเทคนิคการขาย

คำสั่ง จงทำเครื่องหมายกากบาท (X) ทับข้อที่ถูกที่สุดเพียงข้อเดียว

- ข้อใดกล่าวถึงการขายได้ถูกต้องมากที่สุด
 - การขายสินค้าสู่ตลาด
 - การขายไม่จำเป็นต้องใช้ศาสตร์และศิลปะ
 - การขายเกิดขึ้นได้จากงานของพนักงานขายเท่านั้น
 - การขายเป็นงานขายที่ต้องใช้ระยะเวลายาวพอสมควร
 - การขายเป็นกระบวนการค้นหาความต้องการของผู้มุ่งหวัง
- นางสาวแพรวเป็นพนักงานขายได้จัดหอสินค้าอย่างประณีตสวยงามให้กับลูกค้าตรงกับบทบาทของการขายข้อใด
 - การชักจูงใจ
 - การให้บริการ
 - การแก้ปัญหา
 - การช่วยเหลือ
 - การตอบสนอง
- ข้อใดหมายถึง การแสดงความสามารถในการขายของพนักงานขายโดยอาศัยประสบการณ์ความรู้
 - งานขาย
 - การแก้ปัญหา
 - ศิลปะการขาย
 - ทฤษฎีการขาย
 - กระบวนการขาย

4. ข้อใดกล่าวถึงศิลปะการครองใจลูกค้าที่ทำให้ลูกค้ารู้สึกว่าคุณค่าของตัวเองเป็นบุคคลสำคัญของพนักงานขาย
- ก. การจงใจ
 - ข. การช่วยชี้แนะ
 - ค. การเชื่อมโยงใจ
 - ง. การสร้างความน่าเชื่อถือ
 - จ. การทำให้ลูกค้าเป้าหมายเป็นเจ้านาย
5. ข้อใดหมายถึงบุคลิกภาพภายใน
- ก. การพูดจา
 - ข. การแต่งกาย
 - ค. รูปร่างหน้าตา
 - ง. การพูดเสียงดัง
 - จ. ความเชื่อมั่นในตนเอง
6. คุณลักษณะของพนักงานขายที่ดีข้อใดสามารถแสดงความอบอุ่นและเป็นมิตรได้
- ก. การพูดจา
 - ข. การแต่งตัว
 - ค. ลักษณะท่าทาง
 - ง. น้ำเสียงการสนทนา
 - จ. เสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย
7. ข้อใดเรียงลำดับทฤษฎีสิ่งเร้าและการตอบสนองถูกต้อง
- ก. อวัยวะ การตอบสนอง สิ่งเร้า
 - ข. การตอบสนอง สิ่งเร้า อวัยวะ
 - ค. อวัยวะ สิ่งเร้า การตอบสนอง
 - ง. สิ่งเร้า อวัยวะ การตอบสนอง
 - จ. สิ่งเร้า การตอบสนอง อวัยวะ

8. นายสุรชัย เลือกรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพอยู่เสมอ ตรงกับทฤษฎีการจูงใจของมาสโลว์ข้อใด
- ก. ความสำเร็จในชีวิต
 - ข. ความต้องการการยอมรับ
 - ค. ความต้องการทางด้านร่างกาย
 - ง. ความต้องการทางด้านความรัก
 - จ. ความต้องการทางด้านความปลอดภัย
9. กระบวนการดำเนินงานทางการขายตรงกับคำศัพท์ข้อใด
- ก. Prospecting
 - ข. Presentation
 - ค. Pre approach
 - ง. Demonstration
 - จ. Selling Process
10. กระบวนการขายข้อใดที่พนักงานขายนำมาใช้เพื่อให้ผู้มุ่งหวังตัดสินใจซื้อสินค้า
- ก. การจูงใจ
 - ข. การสาธิต
 - ค. การเสนอขาย
 - ง. การปิดการขาย
 - จ. การตอบข้อโต้แย้ง

หน่วยที่ 1 ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับเทคนิคการขาย

ในปัจจุบันอาชีพการขายเป็นอาชีพที่ได้รับความนิยมรับจากสังคม เนื่องจากเป็นอาชีพที่สร้างรายได้สร้างฐานะ และทำให้เกิดความมั่นคงในชีวิตแก่ผู้ประกอบการอาชีพ การประกอบกิจการธุรกิจจะประสบความสำเร็จหรือไม่ขึ้นอยู่กับว่ามีพนักงานขายที่ดีมีความรู้ ความสามารถ มีจินตนาการและมีใจรักงานอาชีพนี้ พนักงานขายจะมีบทบาทเป็นอย่างมากต่อผลสำเร็จของกิจการ เนื่องจากเป็นการทำหน้าที่เป็นด่านสุดท้ายที่จะต้องเผชิญหน้ากับผู้มุ่งหวัง และทำให้ผู้มุ่งหวังดังกล่าวตัดสินใจซื้อสินค้าของบริษัท ปัจจัยสิ่งหนึ่งที่มีความสำคัญในอันที่จะทำให้พนักงานขายประสบความสำเร็จในงานอาชีพการขาย คือการมีความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการขาย ทฤษฎีการขาย เทคนิคการขาย รวมทั้งการปรับเปลี่ยนบุคลิกภาพคุณลักษณะให้เหมาะสมกับสถานภาพของการเป็นพนักงานขาย

1. ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการ

การขายเป็นสิ่งที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวันของทุกคน ผู้บริโภคทั่วไปจะอยู่ในฐานะของผู้ซื้อสินค้าและบริการเพื่อใช้ในการตอบสนองความต้องการ ในสภาวะการณ์ของการประกอบธุรกิจที่มีการแข่งขันอย่างรุนแรง ผู้ประกอบธุรกิจที่อยู่ในฐานะของผู้ผลิตหรือผู้ขาย จึงจะต้องให้ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับสินค้าและบริการอย่างละเอียดแก่ตัวผู้บริโภค และในส่วนของพนักงานขายจะต้องเข้าใจถึงแนวคิดในการประกอบอาชีพพนักงานขาย ที่จะต้องเรียนรู้ในเรื่องของวิธีการขาย ทฤษฎีและแนวคิดต่างๆ ในการขายให้เข้าใจอย่างลึกซึ้ง และสามารถนำไปใช้เป็นกลยุทธ์ในการประกอบอาชีพการขายให้ประสบความสำเร็จต่อไป

1.1 ความหมายของการขาย (selling)

ประกาศรี พงศ์ธนาพานิช (2551:45) ได้ให้ความหมายของคำว่า การขาย (Selling) เป็นกระบวนการในการจูงใจให้ลูกค้าหรือผู้มุ่งหวังซื้อสินค้าหรือบริการ โดยอาศัยกระบวนการ

แลกเปลี่ยน เพื่อตอบสนองความต้องการของทั้งผู้ซื้อและผู้ขาย ซึ่งได้แก่ความพึงพอใจในสินค้าหรือบริการของผู้ซื้อ และกำไร และยอดขายของผู้ขาย

สมาคมการตลาดแห่งสหรัฐอเมริกา (The American Marketing Association) ได้ให้ความหมายของการขายว่า **การขาย** หมายถึง กระบวนการที่กระทำโดยบุคคลหรือไม่ใช่บุคคล โดยการชักจูงใจผู้มุ่งหวังให้ซื้อสินค้าและบริการ หรือนิยมชมชอบความคิดของผู้ขาย เพื่อให้มีการตอบสนองต่อผู้ขาย และเพื่อให้มีการแสดงออกในด้านดี ขณะเดียวกันผู้ขายจะได้รับประโยชน์ทางการค้า

สมพิศ เล็กเฟื่องฟู และอุบลรัตน์ ไวปริชี (2550 : 4) ได้กล่าวไว้ว่า **การขาย** เป็นกระบวนการค้นหาความต้องการและทำให้ผู้มุ่งหวังได้รับความพึงพอใจ พนักงานขายจะต้องเสนอสินค้าหรือบริการให้ตรงกับความต้องการ การขายจึงเป็นทั้งศาสตร์และศิลป์ โดยทั่วไปการขายแบ่งออกเป็น 2 รูปแบบ คือ การขายโดยไม่ใช่บุคคล ซึ่งกระทำได้โดยใช้วิธีการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขาย และการจัดแสดงสินค้า เป็นต้น ส่วนอีกรูปแบบหนึ่ง คือ การขายโดยบุคคล เป็นการใช้ศิลปะการขาย โดยพนักงานขายเป็นผู้นำเสนอด้วยการสื่อสารไปยังผู้มุ่งหวัง เพื่อผลด้านการขาย คือการตัดสินใจซื้อในที่สุด

จากความหมายดังกล่าว สามารถสรุปได้ว่า **การขาย** เป็นกระบวนการของผู้ขายในการค้นหาความต้องการผู้มุ่งหวังและตอบสนองความต้องการให้เกิดความพอใจ โดยผู้ขายชักจูงผู้มุ่งหวังให้ซื้อสินค้าและบริการด้วยความประทับใจ การขายจึงเป็นได้ทั้งศาสตร์และศิลป์ โดยทั้งสองฝ่ายมีผลประโยชน์ร่วมกัน ผู้ขายได้รับผลตอบแทนและผู้ซื้อได้รับความพึงพอใจ ในกรณีนี้ผู้ขายเป็นผู้แสดงบทบาทมากกว่าผู้ซื้อ การตัดสินใจซื้อถือเป็นความสำเร็จของผู้ขาย

1.2 บทบาทของการขาย

การขายเป็นหน้าที่หนึ่งของทางการตลาด การส่งเสริมการขายทำได้หลายรูปแบบ เช่น การขายโดยใช้พนักงานขาย หรือการขายโดยบุคคล (Personal selling) และการขายโดยไม่มีบุคคล (Non-Personal selling) ซึ่งเป็นการเสนอขายสินค้าหรือบริการให้กับลูกค้า เพื่อช่วยในการตัดสินใจซื้อของลูกค้า โดยมีบทบาทของการขาย ดังนี้

1.2.1 บทบาทของการให้บริการ เมื่อลูกค้าต้องการที่จะซื้อสินค้าเพื่อสนองความต้องการของตนเอง นอกจากลูกค้าจะตัดสินใจซื้อเลือกตัวสินค้าแล้วยังเลือกที่จะใช้บริการที่ประทับใจอีกด้วย ซึ่งการบริการนี้ร้านค้าหรือพนักงานขายสามารถกระทำได้ทั้งก่อนและหลังการขาย

1.2.2 บทบาทของการชักจูงใจ การขายไม่อาจสำเร็จได้ด้วยการบังคับให้ลูกค้าซื้อ ลูกค้าทั่วไปมีความต้องการสินค้าอยู่แล้วแต่ลูกค้าจะตัดสินใจซื้อสิ่งทีพอใจมีใช้สิ่งทีพนักงานขายคิดว่าลูกค้าควรจะพอใจ ดังนั้น พนักงานขายจึงต้องหาวิธีจูงใจลูกค้าด้วยการเสนอรายละเอียดเกี่ยวกับสินค้าอย่างน่าสนใจ โดยใช้หลักจิตวิทยาและศิลปะการพูดให้เหมาะสมกับลูกค้าแต่ละคน ความสำเร็จของการขายนอกจากอยู่ที่ลูกค้าตัดสินใจซื้อแล้ว ยังอยู่ที่ลูกค้าซื้อด้วยความพึงพอใจอีกด้วย

1.2.3 บทบาทของการช่วยเหลือร่วมมือ การช่วยเหลือของพนักงานขายที่ให้แกลูกค้ามีหลายประการ เช่น การให้ข้อมูลและรายละเอียดเกี่ยวกับสินค้าที่ลูกค้าสนใจ เสนอแนะให้ลูกค้าซื้อสินค้าอย่างประหยัดเวลาและฉลาด ช่วยจัดสรรสินค้าให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า การรีบอาสาช่วยเหลือลูกค้าด้วยความเต็มใจ จะเป็นอีกบทบาทหนึ่งของการขาย ก่อให้เกิดมิตรไมตรีที่ดีต่อกัน ถึงแม้ลูกค้ายังไม่ซื้อสินค้าในคราวนี้แต่ต้องซื้อในโอกาสต่อไปอย่างแน่นอน

1.2.4 บทบาทของการให้ความรู้ สินค้าที่พนักงานเสนอขายแกลูกค้าจะมีรายละเอียดต่าง ๆ ที่ลูกค้าไม่มีความรู้มาก่อน หรือพอจะรู้บ้างแต่ไม่ละเอียดมากนัก พนักงานขายจึงต้องให้ความรู้เกี่ยวกับสินค้าแกลูกค้า โดยวิธีอธิบาย สาธิต หรือการเปรียบเทียบ เพื่อที่ลูกค้าจะได้มีความรู้เกี่ยวกับสินค้าในเรื่องของวิธีการใช้งาน ประโยชน์ใช้สอย การดูแลรักษาสินค้า การเลือกสินค้าให้เหมาะสมกับการใช้งานหรือให้เหมาะสมกับตนเอง การได้รับความรู้และรายละเอียดของสินค้าจากพนักงานขายโดยตรง จะทำให้ลูกค้าเข้าใจง่าย และมีโอกาสซักถามในสิ่งที่ตนเองอยากรู้

ภาพที่ 1.1 พนักงานขายเสนอขายและให้ความรู้แก่ลูกค้า



ที่มา : http://www.surapit.com/news_show.php?id=84365

สืบค้นเมื่อวันที่ 21 กรกฎาคม 2556

1.2.5 บทบาทของการแก้ปัญหา ปัญหาที่เกิดขึ้นระหว่างการเสนอขายสินค้ามีหลายประการ เช่น ราคาของสินค้า เงื่อนไขในการชำระเงิน การส่งมอบ การบริการหลังการขาย การรับประกันสินค้าสิ่งเหล่านี้ล้วนเป็นปัญหาที่พนักงานขายต้องช่วยคลี่คลาย และอธิบายให้ลูกค้าเข้าใจ การแก้ปัญหาของพนักงานขายต้องกระทำภายใต้เงื่อนไขและนโยบายการขายของบริษัทที่วางไว้ มิฉะนั้นอาจเกิดปัญหาขึ้นระหว่างพนักงานขายกับบริษัท หรือเกิดปัญหาทางด้านจริยธรรมกับเพื่อนพนักงานด้วยกัน

1.3 ลักษณะของอาชีพการขาย

อาชีพการขายมีลักษณะที่แตกต่างไปจากอาชีพอื่น ๆ อยู่มาก แม้แต่ในสาขาอาชีพขายกันเองก็มีลักษณะที่แตกต่างกันออกไป พนักงานขายที่ประสบความสำเร็จในสาขาการขายหนึ่ง อาจไม่ประสบความสำเร็จในการขายอีกสาขาหนึ่ง ทั้งนี้เนื่องจากปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการขายในสาขาหนึ่ง ๆ จะมีความแตกต่างกันไปตามลักษณะของผลิตภัณฑ์ สถานการณ์ และอุตสาหกรรม โดยทั่วไปอาชีพการขายจะมีลักษณะที่แตกต่างจากอาชีพอื่น ๆ ดังนี้

1.3.1 อาชีพการขายเป็นอาชีพที่ให้รายได้เฉลี่ยค่อนข้างสูง สำหรับพนักงานขายที่ประสบความสำเร็จในวิชาชีพ บางองค์กรก็มักพบว่ารายได้ของพนักงานขายอาจมีรายได้สูงกว่าผู้บริหารระดับผู้จัดการ และบางครั้งอาจพบว่าพนักงานขายอาจไม่ต้องการได้รับการเลื่อนขั้นสู่

ตำแหน่งงานด้านการบริหาร ทั้งนี้ก็เพราะพนักงานขายเกรงว่าจะสูญเสียรายได้ที่จะได้ในจำนวนมากจากการขาย สิ่งสำคัญที่ชี้ให้เห็นถึงผลสำเร็จในการหารายได้ของพนักงานขายก็คือความตั้งใจในการทำงาน ความอดทน ตลอดจนความขยันในการหาลูกค้า

1.3.2 ความสำเร็จของอาชีพการขายสามารถชีวิตได้รวดเร็ว ในอาชีพสาขาต่าง ๆ ความสำเร็จในด้านการงานตลอดจนถึงด้านรายได้ มักต้องใช้ระยะเวลาซึ่งรวมถึงด้านความสามารถ ความมีประสบการณ์ อายุงาน และโดยเฉพาะอย่างยิ่งความมีอาวุโสเป็นหลักเกณฑ์สำคัญในการกำหนด การเลื่อนตำแหน่งงาน หลักเกณฑ์ดังกล่าวนี้อาจจะยกเว้นในกรณีของอาชีพการขาย รายได้จากการขายที่มุ่งเน้นผลตอบแทนจากค่าคอมมิชชั่น รายได้จากการขายย่อมเป็นสัดส่วนกับปริมาณการขายที่ขายได้ ดังนั้นอาชีพการขายหรือความสำเร็จของการขายจึงไม่จำเป็นที่จะต้องขึ้นอยู่กับความมีอาวุโสของพนักงานขาย แต่ขึ้นอยู่กับความขยันและความตั้งใจจริงในการปฏิบัติงาน พนักงานขายที่มีความขยันและคอยเสริมสร้างทักษะการขายของตนเพื่อเพิ่มประสบการณ์ขาย มักจะประสบความสำเร็จและเป็นที่ยอมรับขององค์กร

1.3.3 อาชีพการขายเป็นอาชีพค่อนข้างอิสระ โดยทั่วไปอาจกล่าวได้ว่า อาชีพการขายเป็นอาชีพที่มีความอิสระค่อนข้างมากกว่าอาชีพอื่น ๆ จะเห็นได้ว่าในขณะที่อาชีพอื่น ๆ จะต้องใช้เวลาส่วนมากอยู่ในสำนักงาน แต่อาชีพการขายหรือการขายตรง (Direct Sale) จะใช้เวลาส่วนใหญ่อยู่นอกสถานที่ทำงานของตนเพราะเป็นอาชีพที่ไม่ต้องควบคุมดูแล ความสำเร็จของอาชีพการขายและการวัดผลขึ้นอยู่กับผลงานการขายของตนเองตราบดีที่ผลการขายเป็นที่พอใจของผู้บริหาร พนักงานขายนั้น ๆ ก็จะไม่ถูกรตรวจสอบในเรื่องวิธีการทำงาน ดังนั้น อาชีพการขายจึงเหมาะสำหรับผู้ที่สามารถควบคุมตนเอง และมีวินัยในการทำงาน (Self Discipline) รวมทั้งการบริหารอย่างมีประสิทธิภาพ

1.3.4 อาชีพการขายเป็นอาชีพที่ไม่หยุดนิ่ง พนักงานขายจะต้องมีความคล่องตัวในการพบปะคนจำนวนมาก รวมถึงลูกค้าในวงการต่าง ๆ อยู่เสมอ ความสำเร็จของการขายส่วนหนึ่งย่อมขึ้นอยู่กับ ความกว้างขวาง ความกระตือรือร้น ในการเสาะแสวงหาสิ่งใหม่ ๆ การขยายและการเจาะตลาดใหม่ ๆ ของพนักงานขาย เพื่อขยายจำนวนลูกค้าให้ได้มากที่สุด

1.3.5 วิชาชีพการขายเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับผู้บริหารระดับสูง ความสำเร็จในอาชีพการขาย องค์กรที่เน้นการตลาด และการขายนั้นมักจะพบว่าผู้บริหารระดับสูงสุดขององค์กรเหล่านั้นมีความรู้ทางด้านการตลาดและการขายเป็นอย่างดี และมีจำนวนไม่น้อยที่ประสบความสำเร็จทางด้าน การขายก่อนที่จะก้าวขึ้นสู่การเป็นผู้บริหาร เนื่องจากสามารถเข้าใจถึงความสำคัญของการขายที่มีต่อ

องค์กร อาจกล่าวได้ว่า “ถ้าองค์กรขายสินค้าหรือบริการไม่ได้ก็ป่วยการที่จะมีแผนกบัญชี การเงิน หรือแผนกอื่น ๆ ไว้ในองค์กร เพราะฝ่ายขายเป็นฝ่ายหารายได้ให้แก่องค์กร เมื่อขายไม่ได้ก็ไม่สามารถที่จะจ้างคนทำงานในส่วนอื่น ๆ ได้”

1.3.6 อาชีพการขายเป็นอาชีพที่ทำท้าทายความสามารถ ความภูมิใจที่สามารถต่อรองกับผู้มุ่งหวังจนเป็นผลสำเร็จและเกิดการขายได้ถือเป็นสิ่งที่พนักงานขายทุกคนพึงหวังที่จะได้รับ นอกเหนือจากความสำเร็จในด้านผลตอบแทนที่เป็นตัวเงินแล้ว ผลตอบแทนทางด้านจิตใจของพนักงานขายย่อมเป็นความภูมิใจที่พนักงานขายทุกคนตั้งความปรารถนาไว้ ความสามารถในการต่อรองจึงถือเป็นงานที่ท้าทายสำหรับพนักงานขาย อาชีพการขาย จึงเป็นอาชีพที่ต้องใช้ความอดทน และใช้ไหวพริบในการเจรจาต่อรองอยู่ตลอดเวลา นอกจากจะต้องเจรจาให้ผู้ซื้อ ซื้อแล้วยังมีความจำเป็นที่จะต้องเสนอขายและทำงานแข่งกับคู่แข่งชั้นอีกด้วย อาชีพการขายนอกจากจะถือว่าเป็นงานที่ท้าทายสำหรับพนักงานขายแล้วยังถือเป็นความภูมิใจที่พนักงานขายมีส่วนสำคัญในการกำหนดความสำเร็จและความก้าวหน้าขององค์กรอีกด้วย

1.3.7 อาชีพการขายเป็นอาชีพที่มีความกดดันสูง เนื่องจากพนักงานขายจะต้องพยายามปฏิบัติงานขายให้บรรลุเป้าหมายการขาย ซึ่งกำหนดโดยผู้จัดการขายอยู่ตลอดเวลา ในบางกรณีการทำงานให้บรรลุเป้าหมายอาจทำได้ยาก มีการคาดหวังถึงผลสำเร็จในการทำงานค่อนข้างสูง พนักงานขายต้องหาเหตุผลเพื่ออธิบายต่อผู้บริหารให้ได้ว่าเพราะอะไรหากผลการปฏิบัติงานไม่เป็นที่น่าพอใจ ดังนั้นแม้อาชีพการขายจะมีรายได้เฉลี่ยค่อนข้างสูงก็ตาม แต่ในขณะเดียวกันก็เป็นอาชีพที่ได้รับแรงกดดันในการขายค่อนข้างสูงจากผู้บริหารด้วย

1.4 ความสำคัญของอาชีพการขาย

งานขายเป็นอาชีพที่สร้างสรรค์สังคมทำให้เกิดนักธุรกิจและเจ้าของกิจการหลายประเภท เป็นอาชีพที่ได้รับความนิยมในปัจจุบันมากเนื่องจากงานขายเป็นงานที่มีอิสระ ทำทายความรู้ความสามารถมีโอกาสพบกับบุคคลจำนวนมาก หากมีประสบการณ์ กระตือรือร้นในการทำงาน มีมนุษยสัมพันธ์ดี มีความสามารถสูงจะได้รับค่าตอบแทนและสิ่งจูงใจที่คุ้มค่ากับการทุ่มเททำให้มีโอกาสประสบความสำเร็จในการประกอบอาชีพบนเส้นทางของอาชีพการขายจนเป็นพนักงานขายมืออาชีพได้ ดังนั้น อาชีพการขายมีความสำคัญ ดังนี้

1.4.1 ทำให้เกิดการพัฒนาและแนะนำนวัตกรรมใหม่ พนักงานขายมีความสำคัญในการพัฒนาและแนะนำนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ใหม่ให้กับลูกค้าแทนผลิตภัณฑ์เดิมที่ล้าสมัยไม่เป็นที่ต้องการของลูกค้า เนื่องจากพนักงานขายจะทราบถึงปัญหาและความต้องการของลูกค้าเป็นอย่างดี ทำให้บริษัทสามารถนำข้อมูลที่ได้จากพนักงานขายมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่เพื่อแก้ปัญหาให้ลูกค้า โดยมีพนักงานขายให้ความรู้เกี่ยวกับสินค้าหรือบริการใหม่ วิธีการใช้ ประโยชน์ที่ลูกค้าจะได้รับ โดยเฉพาะสินค้าที่มีความซับซ้อนในการใช้งานก่อนการตัดสินใจซื้อ

ภาพที่ 1.2 อาชีพการขายทำให้เกิดการพัฒนาและแนะนำนวัตกรรมใหม่



ที่มา : www.thailandmobileexpo.com/2014/98-hot-model-in-thailand-mebile-expo-2014/
สืบค้นเมื่อวันที่ 7 กุมภาพันธ์ 2557

1.4.2 ทำให้เกิดการเพิ่มคุณค่าแก่ผลิตภัณฑ์ ในกระบวนการผลิตบริษัทสามารถเพิ่มคุณค่าเข้าไปในวัตถุดิบด้วยการประกอบ หรือแปรรูปวัตถุดิบให้เป็นสินค้าสำเร็จรูป ซึ่งเป็นการสร้างอรรถประโยชน์ทางด้านรูปร่าง ส่วนพนักงานขายจะสร้างอรรถประโยชน์ทางด้านสถานที่เวลาและความเป็นเจ้าของ ตัวอย่างเช่น เครื่องคอมพิวเตอร์ที่ผลิตเสร็จแล้ว เก็บไว้ในคลังสินค้า ไม่สามารถสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้าได้ต่อเมื่อได้เคลื่อนย้ายไปยังร้านที่ลูกค้าซื้อ (อรรถประโยชน์ด้านสถานที่) ในเวลาที่ถูกต้อง (อรรถประโยชน์ด้านเวลา) เมื่อลูกค้าต้องการเป็นเจ้าของ (อรรถประโยชน์ด้านความเป็นเจ้าของ) ซึ่งพนักงานขายมีบทบาทสำคัญในการจัดหาอรรถประโยชน์ดังกล่าว

1.4.3 ทำให้สามารถตอบสนองความต้องการของมนุษย์ เนื่องจากพนักงานขายจะช่วยเหลือกระจายสินค้าและบริการไปยังผู้บริโภค ในสถานที่ซึ่งสินค้าและบริการเข้าไม่ถึง ทำให้ผู้บริโภคได้รับความสะดวกสบายและเกิดความพึงพอใจ

1.4.4 ทำให้ช่วยลดภาวะเงินเฟ้อ เมื่อพนักงานขายสามารถขายสินค้าได้ยอมทำให้จำนวนผู้ซื้อและยอดขายมากขึ้น ธุรกิจจะผลิตสินค้ามากขึ้นช่วยให้สามารถขายสินค้าได้ในราคาที่ถูกลง เนื่องจากต้นทุนการผลิตต่อหน่วยลดลง และช่วยลดภาวะเงินเฟ้อด้วยการให้ข้อมูลสินค้ากับลูกค้าเพื่อไปพิจารณาในการใช้จ่ายเงินอย่างฉลาดและมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้การแข่งขันระหว่างผู้ผลิตจะช่วยกระตุ้นให้ราคาสินค้าสำหรับเศรษฐกิจส่วนรวมลดลง

2. ศิลปะการขาย (Salesmanship)

การขายจัดได้ว่าเป็นศาสตร์และศิลป์ที่ต้องอาศัยประสบการณ์ในการเรียนรู้ในการขายแต่ละครั้ง พนักงานขายต้องปรับเปลี่ยนศิลปะการขายให้เหมาะสมกับลักษณะของลูกค้าและสถานการณ์ทางธุรกิจ พนักงานขายที่ดีต้องหมั่นฝึกฝนการขายให้มีความชำนาญเพื่อเป็นการสร้างศิลปะในงานขายและเข้าใจถึงการขายอย่างเป็นขั้นตอนสำหรับบุคคลที่สนใจในเรื่องศิลปะการขาย ควรศึกษาในหัวข้อสำคัญดังนี้

วิบูลย์เพ็ญ แจ่มจรัส (2556 : 6) ได้ให้ความหมายไว้ว่า เทคนิคการขาย หมายถึง ขั้นตอนที่น่ามาใช้เสนอขาย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อก่อให้เกิดการความสำเร็จในการเสนอขาย ซึ่งประกอบด้วย การแสวงหาผู้มุ่งหวัง การเตรียมตัวก่อนเข้าพบ การเข้าพบ การเสนอขาย การสาธิตสินค้า การตอบข้อโต้แย้งและปิดการขาย ขั้นตอนในการปฏิบัติงานนั้น ๆ ผู้ประกอบอาชีพขายจะต้องมีวิสัยทัศน์ที่ก้าวไกล มีมุมมองในเชิงบวกเสมอ นั่นคือต้องมีทัศนคติที่ดีสิ่งที่พบเห็น

สรุปได้ว่า เทคนิคการขาย หมายถึง กระบวนการในการเสนอขายสินค้าหรือบริการของพนักงานขายสนองความต้องการของผู้มุ่งหวังประกอบด้วย การแสวงหาผู้มุ่งหวัง การเตรียมตัวก่อนเข้าพบ การเข้าพบ การเสนอขายและการสาธิตสินค้า การตอบข้อโต้แย้ง การปิดการขาย แต่ละขั้นตอน พนักงานขายต้องตั้งใจให้ผู้มุ่งหวังตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการด้วยความพอใจ

2.1 ความหมายของศิลปะการขาย

ยุพาวรรณ วรณวณิชย์ (2549 : 5) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ศิลปะการขาย หมายถึง ทักษะที่จะแสดงออกของพนักงานขายในการชี้ชวนและจูงใจลูกค้าให้เห็นชอบด้วยกับตน เพื่อการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการที่ตนขาย

สมพิศ เล็กเฟื่องฟู และอุบลรัตน์ ไวปริชี (2550 : 9) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ศิลปะการขาย หมายถึง การแสดงความสามารถในการขายของพนักงานขายโดยอาศัยประสบการณ์ความรู้ความชำนาญจูงใจให้ลูกค้ายอมรับข้อเสนอและตกลงใจซื้อสินค้าหรือบริการของพนักงานขาย

สรุปได้ว่า ศิลปะการขาย หมายถึง อากัปกริยา ลักษณะการแสดงออกด้วย กาย วาจา และจิตใจ ลักษณะท่าทางเพื่อโน้มน้าวให้ลูกค้าเห็นด้วยกับสิ่งที่เสนอขาย ศิลปะการขายเป็นทั้งศาสตร์และศิลป์ ซึ่งพนักงานขายแต่ละบุคคลจะมีประสิทธิภาพเพียงใดขึ้นอยู่กับศิลปะของแต่ละบุคคล

2.2 วิธีการใช้ศิลปะการขาย

การใช้ศิลปะขายนั้นมีวิธีการที่หลากหลายซึ่งในส่วนนี้จะเสนอศิลปะการขาย 2 ประเด็นคือ ศิลปะการครองใจลูกค้าและการวิเคราะห้ศัพท์ “Salesmanship” ซึ่งหมายถึง ศิลปะการขาย

2.2.1 ศิลปะการครองใจลูกค้า คือการทำให้ลูกค้า ชื่นชอบ ประทับใจ มีความจงรักภักดีต่อสินค้า รวมไปถึงพนักงานขายและต้องการใช้บริการเสมอ เพื่อให้การขายมีประสิทธิภาพ พนักงานขายจึงควรปฏิบัติ ดังนี้

1) สร้างความน่าเชื่อถือและความไว้วางใจ การที่พนักงานขายจะได้รับความเชื่อถือและความไว้วางใจจากลูกค้าเพราะปัจจัยหลายประการ เช่น จำหน่ายสินค้าที่มีคุณภาพ ราคายุติธรรม การให้ข้อมูลครบถ้วนและตรงไปตรงมา เป็นต้น

2) เชื่อมโยงใจ การเชื่อมโยงใจเป็นการสร้างสายสัมพันธ์ระหว่างพนักงานขายและลูกค้า เช่น การคำนึงถึงคุณภาพชีวิตของลูกค้าในการบริโภคสินค้าของตน โดยให้ข้อมูลข้อเท็จจริงของสินค้าทั้งที่เป็นประโยชน์และข้อควรระมัดระวัง การร่วมกิจกรรมกับลูกค้าในด้านสาธารณกุศล เป็นต้น

3) ทำเรื่องยากให้เป็นเรื่องง่าย ลูกค้าต้องการความสะดวก รวดเร็ว เข้าใจง่าย ไม่ต้องการอะไรที่ยุ่งยากซับซ้อน เช่น ง่ายต่อการตัดสินใจ ง่ายต่อการให้ ง่ายในการเลือกซื้อ

มีช่องทางในการสั่งซื้อเพิ่มขึ้น รวมถึงการติดต่อกับพนักงานขายได้สะดวกและได้รับการบริการเป็นอย่างดี

4) ทำให้ลูกค้าเป็นเจ้านาย การทำให้ลูกค้ารู้สึก ว่า “เขาเป็นบุคคลสำคัญเสมอสำหรับพนักงานขาย” โดยให้อิสระกับลูกค้าไม่กดดันให้ซื้อสินค้าแต่ให้ข้อมูลกับลูกค้าจนลูกค้าพอใจ มีสิ่งของที่จัดทำให้ลูกค้าเป็นพิเศษ รวมถึงมีบริการอัตโนมัติให้ลูกค้าเลือกตามที่ต้องการ

5) ช่วยชี้แนะ เพราะลูกค้าคาดหวังว่าพนักงานขายจะเป็นผู้มีความรู้เกี่ยวกับสินค้าและบริการที่จำหน่าย พนักงานขายต้องชี้แนะลูกค้าก่อนตัดสินใจซื้อ เช่น การแนะนำสินค้าที่เหมาะสมกับลูกค้า มีการสาธิตสินค้าให้ลูกค้าชมอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อชี้แนะการตัดสินใจให้ลูกค้าเห็นภาพที่ชัดเจน เป็นต้น

6) ให้บริการลูกค้าได้ตลอดเวลา สิ่งที่ลูกค้าต้องการในข้อนี้คือพนักงานขายมีระบบบริการที่ลูกค้าติดต่อได้ทุกเวลา มีหน่วยงานที่ตอบคำถามหรือจัดบริการมาตอบสนองลูกค้าได้ กรณีนี้จะเห็นตัวอย่างความสำเร็จได้จากการให้บริการของร้านสะดวกซื้อตลอด 24 ชั่วโมง หรือร้านฟู้ดแลนด์ที่โฆษณาว่า “เราไม่มีเวลาปิด”

7) รู้จัก รู้ใจ สิ่งที่ลูกค้าต้องการให้พนักงานขายรู้จักและรู้ใจมากขึ้นคือ ได้รับความต้องการของลูกค้าและรู้ใจโดยการหาสินค้าและบริการที่ลูกค้าชื่นชอบมาตอบสนองความต้องการให้ได้ เช่น พนักงานไปพบลูกค้าเพราะมีสินค้าแบบที่ลูกค้าชอบ หรือพนักงานขายนำของขวัญในเทศกาลสำคัญไปให้ลูกค้าหรืออวยพรวันสำคัญของลูกค้า เป็นต้น

8) ทำให้ดีกว่าที่ลูกค้าคาดหวัง สิ่งที่พนักงานขายทำให้ลูกค้าได้เกินกว่าความคาดหวังเป็นสิ่งที่สร้างความประทับใจให้กับลูกค้า เช่น การอีเมลล์ตอบคำถามของลูกค้าภายในเวลาอันรวดเร็วหรือส่งพนักงานซ่อมมาบริการลูกค้าทันทีที่ได้รับโทรศัพท์ร้องขอ หรือการเสนอให้บริการมีรถให้ลูกค้าใช้ในขณะที่ยานของลูกค้าไม่สามารถใช้งานได้ เป็นต้น

9) ตอบแทนความภักดี สิ่งที่ลูกค้าต้องการให้พนักงานขายตอบแทนความภักดีคือแสดงถึงการรับรู้ในความจงรักภักดีของลูกค้า เช่น มอบบัตรทองของสมาชิกให้กับลูกค้าได้ใช้และมีของขวัญพิเศษ มีห้องรับรองสำหรับลูกค้าคนสำคัญ มีมุมกิจกรรม มีเครื่องดื่มบริการ เป็นต้น

10) อยู่เคียงข้างกัน สิ่งที่พนักงานขายต้องปฏิบัติต่อลูกค้าถึงแม้ลูกค้าจะซื้อสินค้าไปแล้วก็ตาม คือให้บริการที่ดีที่สุด ให้ความมั่นใจกับลูกค้าถึงความรับผิดชอบโดยไม่มีเงื่อนไข ถ้ามีข้อผิดพลาดเกิดขึ้นในการใช้สินค้าหรือให้บริการ ต้องพิสูจน์ให้ลูกค้าเห็นจริงถึงคำพูด

ที่ว่า “ลูกค้าเป็นฝ่ายถูกเสมอ” “คุณเป็นคนสำคัญเสมอสำหรับเรา” “You come First” “ความสะดวกรับรองของท่าน การให้บริการเป็นของเรา”

ศิลปะการครองใจลูกค้าทั้ง 10 ประการดังกล่าว จะทำให้พนักงานขายจำหน่ายสินค้าได้มากขึ้นและมีกลุ่มลูกค้าที่เป็นกลุ่มผู้จงรักภักดีและยังช่วยขายต่อไปยังลูกค้ากลุ่มอื่นด้วย

2.2.2 การใช้ศิลปะการขาย ตามหลัก SALESMANSHIP ซึ่งเป็นแนวทางในการปฏิบัติงานของพนักงานขาย 12 ประการดังนี้ (นนท์ธกร ปิยนนทศิลป์, http://lanptech.ac.th/webbgr/artcle_top/./a485186) SALESMANSHIP ศิลปะการขาย ประกอบด้วย

1) S = Smiling Face ยิ้มแย้มแจ่มใส ความร่าเริงแจ่มใส สนุกสนาน ตามโอกาสอันควรของพนักงานขาย จะทำให้ลูกค้ารู้สึกเป็นกันเองและรู้สึกสบายใจ มีผู้กล่าวว่า การยิ้มเป็นสิ่งที่ไม่ต้องลงทุน แต่จะสร้างกำไรให้อย่างมหาศาล การยิ้มของพนักงานขายบ่งบอกถึงความเป็นผู้มีอัธยาศัยดี ความเป็นมิตร เต็มใจบริการลูกค้า “รอยยิ้มที่จริงใจสามารถสร้างมิตรภาพได้รวดเร็วกว่าคำพูดเป็นร้อยคำ”

2) A = Appearance รูปร่างลักษณะ การปรากฏตัวที่ดี ด้วยการแต่งกายที่เหมาะสม หน้าตา สะอาดสดชื่นพร้อมที่จะให้บริการ พูดจาชัดถ้อยชัดคำ ไพเราะและสุภาพ การเดิน การยืน การนั่งอย่างระมัดระวัง การส่งสินค้าเป็นไปอย่างเหมาะสมจะเป็นที่พึงพอใจแก่ลูกค้า

3) L = Learning การเรียนรู้ พนักงานขายที่ต้องการประสบความสำเร็จในอาชีพของตน ต้องเป็นผู้ที่ใฝ่รู้อยู่เสมอ ต้องรู้ในงานอาชีพ สนใจหาความรู้ด้านวิชาการ รู้จักตนเอง ใฝ่ใจหาข้อมูล ความรู้เกี่ยวกับลูกค้า ศึกษารายละเอียดของผลิตภัณฑ์ มีความรู้เกี่ยวกับคู่แข่งชั้นเรียนรู้อีกเกี่ยวกับเทคโนโลยีอันทันสมัย การพัฒนาตนเองให้มีความรู้ช่วยให้บุคคลทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ มีความคิดสร้างสรรค์ ฉลาดทันคน มีความมั่นใจ และเป็นที่ยอมรับของผู้อื่น

4) E = Enthusiasm ความตั้งใจ ความกระตือรือร้น หมายถึง ความสนใจและตั้งใจอย่างแรงกล้าที่จะทำหรือจะทราบเกี่ยวกับสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือลงมือปฏิบัติในทันทีทันใด พนักงานขายที่กระตือรือร้น คล่องแคล่ว ว่องไวทั้งการพูดและการกระทำ ลูกค้าจะให้ความเชื่อถือทำให้มีโอกาสประสบความสำเร็จในการขาย

5) S = Sincerity ความจริงใจ พนักงานขายจะทำให้เกิดมิตรภาพระหว่างพนักงานขายกับลูกค้า ความจริงใจของพนักงานขายทำให้ลูกค้าไว้วางใจ และยินดีรับฟังการเสนอขาย

ความจริงใจของพนักงานขาย แสดงออกได้หลายอย่าง เช่น การเสนอแนะสินค้าที่เหมาะสมกับลูกค้า อย่างแท้จริง ไม่หลอกลวงลูกค้าเพียงเพื่อขายสินค้าของตนเองเท่านั้น อธิบายคุณภาพของสินค้า ตามความเป็นจริงไม่ปิดบัง ถ้าพนักงานขายจริงใจกับลูกค้า ลูกค้าก็จะไว้วางใจ

6) M = Mental Ability ความสามารถทางสมอง ความฉลาด เขาวนปัญญา ไหวพริบ มีการพัฒนาความรู้ความจำของตนเองอยู่เสมอ ความจำ อาจจำแนกได้เป็น 3 ส่วนคือ การจดจำ การเก็บความจำ การระลึกได้ ความสามารถทางสมองทำให้พนักงานขาย จำข้อมูลหรือ ความคิดต่าง ๆ แล้วนำไปใช้ประโยชน์ในการเสนอขายได้

7) A = Adaptation ความสามารถการปรับตัว ความสามารถในการอยู่ร่วมกับ บุคคลอื่น มีน้ำใจไมตรีช่วยเหลือแบ่งปัน นึกถึงลูกค้าเป็นสิ่งสำคัญ เข้าใจจิตใจของลูกค้าไม่รังเกียจลูกค้า

8) N = Neat ความเป็นระเบียบเรียบร้อย แบ่งออกเป็นความประณีตในการ ทำงานอย่างละเอียดรอบคอบ สวยงาม ประณีตในการแต่งกายซึ่งสร้างความประทับใจให้เกิดขึ้น ครั้งแรก เมื่อพบลูกค้า

9) S = Service Mind การมีคุณลักษณะของนักบริการ หรือน้ำใจใฝ่บริการซึ่งได้แก่ ชอบบริการผู้อื่น เข้าใจคนอื่น มีชีวิตชีวา วาจาอ่อนน้อม มีไหวพริบ ตรงต่อเวลา รักษาเวลา ยิ้มแย้ม และแสดงท่าทีสนใจเสมอ เตรียมตนเองให้พร้อม เตรียมอุปกรณ์ให้พร้อม มีความจำดี ทราบข่าวสาร ทั่ว ๆ ไปได้ดี

10) H = Honestly ความซื่อสัตย์ ความซื่อสัตย์ของพนักงานขายเป็นคุณสมบัติ ที่ลูกค้าต้องการมากที่สุด เพราะพนักงานขายเป็นสื่อกลางระหว่างลูกค้ากับสินค้า ความซื่อสัตย์ เป็นหลักสำคัญของความสำเร็จถือเป็นนโยบายสำคัญประการแรกของธุรกิจ ถ้าพนักงานขายซื่อสัตย์ ต่อลูกค้าเขาจะได้ลูกค้าเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ จากคำแนะนำและกล่าวขานต่อ ๆ กันไปของลูกค้า

11) I = Interesting Impressive ความสนใจและสร้างความประทับใจให้ลูกค้า พนักงานขายต้องให้ความสนใจอย่างแท้จริงต่อลูกค้าเรียกชื่อลูกค้าได้อย่างถูกต้อง ตั้งใจฟังลูกค้า รักษาอารมณ์ การสร้างความประทับใจแก่ลูกค้า เช่น บริการก่อนการขาย ช่วยหยิบของ ยกของ ตอบคำถามที่ลูกค้าอยากทราบ พูดในเรื่องที่ลูกค้าสนใจ ทำงานรวดเร็วและสุภาพกับลูกค้าเสมอ

12) P = Psychology การมีจิตวิทยา พนักงานขายจะเข้าใจจิตใจของลูกค้า และให้ความสำคัญกับลูกค้า โดยใช้หลักจิตวิทยา เช่น เลือกคำพูดที่ลูกค้าฟังแล้วเกิดความ พึงพอใจ เช่น “คุณเลือกของได้เก่ง” “คุณเป็นลูกค้าที่เราต้องรักษาไว้ตลอดไป” “คุณคือคนสำคัญ”

กล่าวโดยสรุป ศิลปะการขายคือศิลปะของการใช้ทั้งศาสตร์และศิลป์ ซึ่งต้องรู้จักการครองใจลูกค้า มีความพยายามในการใช้ศิลปะการขายเพื่อให้เกิดการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการนั้นหมายถึงการได้ปิดการขาย

3. บุคลิกภาพและคุณลักษณะของพนักงานขาย

พนักงานขายส่วนใหญ่ที่ประสบความสำเร็จในหน้าที่การงานจำเป็นต้องมีคุณลักษณะคุณสมบัติ ความถนัด ตลอดจนทัศนคติต่าง ๆ ที่ช่วยให้เป็นพนักงานที่มีประสิทธิภาพ อย่างไรก็ตามได้เป็นที่ยอมรับกันว่าบุคลิกภาพในการขายที่ดีมีบทบาทสำคัญที่สุด เพราะก่อนที่พนักงานขายจะขายสินค้าได้เขาจะต้องขายตัวเองให้เป็นที่ยอมรับของลูกค้าก่อน แล้วจึงจะสามารถโน้มน้าวใจลูกค้าให้ซื้อสินค้าต่อไปได้ ซึ่งมีสาระสำคัญ ดังนี้

3.1 ความหมายของบุคลิกภาพ

3.1.1 ยุทธนา ธรรมเจริญ (2553:67) บุคลิกภาพ (Personality) หมายถึง ลักษณะทุกอย่างที่ทำให้ปัจเจกชนคนใดคนหนึ่ง แตกต่างไปจากคนอื่น ๆ เป็นลักษณะทุกอย่างเลย ซึ่งหมายถึงคนๆ นั้นจะมีปฏิกิริยาต่อปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นที่สามารถทำนายทายทักได้ บุคลิกภาพนั้นไม่ได้เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นในระยะสั้น แต่เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นจากการหล่อหลอมมาเป็นระยะยาว ส่วนใหญ่แล้วบุคลิกภาพพื้นฐานจะถูกหล่อหลอมในช่วงก่อนอายุ 6 ขวบ เช่น จะเป็นคนขี้กลัว จะเป็นคนขี้อาย จะเป็นคนกล้าแสดงออก สิ่งเหล่านี้จะถูกหล่อหลอมตั้งแต่อายุก่อน 6 ขวบซึ่งถือว่าเป็นบุคลิกภาพพื้นฐาน (Basic Personality)

สุปัญญา ไชยชาญ (2552 : 88) บุคลิกภาพ หมายถึง ลักษณะเฉพาะที่ทำให้บุคคลใดบุคคลหนึ่งแตกต่างไปจากบุคคลอื่น ลักษณะเฉพาะที่ว่านี้เกิดจากตัวแปรหลายอย่าง แต่ที่นิยมนำมาใช้กำหนดคุณสมบัติของพนักงานขายมี 3 ประเภทใหญ่ คือ บุคลิกลักษณะทักษะทางการตลาด และทักษะอื่น ๆ

ความหมายของบุคลิกภาพ หมายถึง ลักษณะของบุคคลเฉพาะตัวทุกอย่างในตัวบุคคลใดบุคคลหนึ่งที่ทำให้แตกต่างไปจากบุคคลอื่น ๆ ซึ่งสามารถแสดงออกได้ทั้งทางร่างกายทางด้านจิตใจ และอารมณ์

3.1.2 บุคลิกภาพในการขาย (Sales Personally) หมายถึง ลักษณะเฉพาะของแต่ละบุคคลที่เหมาะสมกับงานอาชีพขาย

3.1.3 ลักษณะของบุคลิกภาพ (Personality Types) เป็นลักษณะเฉพาะของบุคคล เช่น รูปร่าง ท่าทาง พฤติกรรม ความสามารถที่แสดงออกมาทั้งทางด้านร่างกาย จิตใจ อารมณ์ สังคม และสติปัญญา ซึ่งบุคลิกภาพของบุคคลทั่วไปอาจแบ่งออกได้เป็น 6 ลักษณะ คือ

1) บุคลิกภาพทางร่างกาย สามารถเห็นได้จากภายนอก เช่น ลักษณะ ขนาดรูปร่าง หน้าตา ท่าทาง เป็นต้น

2) บุคลิกภาพทางจิตใจ เช่น ความตรงใจ จินตนาการ ความสนใจ ความคิด การตัดสินใจ เป็นต้น

3) บุคลิกภาพทางความสามารถ เป็นลักษณะเฉพาะของบุคคลที่ฝึกฝนได้ เช่น ความสามารถในการทำงาน ความสามารถในด้านกีฬา ดนตรี เป็นต้น

4) บุคลิกภาพทางอุปนิสัย คือ ความประพฤติและการแสดงออกของแต่ละคน เช่น ความสุภาพอ่อนโยน ความซื่อสัตย์ ความไม่เห็นแก่ตัว เป็นต้น

5) บุคลิกภาพทางด้านสังคม คือ ความประพฤติที่ผู้นั้นแสดงออกต่อบุคคลอื่นหรือสังคม เช่น การเป็นคนที่ชอบคบหาสมาคมกับเพื่อน ๆ การชอบเก็บตัว การชอบเอาชนะผู้อื่นหรือยอมแพ้ทุกกรณี ชอบเด่น หรือการยอมรับฟังเหตุผลของผู้อื่น เป็นต้น

6) บุคลิกภาพทางอารมณ์ เป็นลักษณะทางอารมณ์แต่ละคนโดยเฉพาะ เช่น ความกล้าหาญ ชี้ขาด ใจร้อนและใจเย็น เป็นต้น

บุคลิกภาพทั้ง 6 ลักษณะนี้มีผลต่อการปฏิบัติงานของพนักงานขาย เพราะในการปฏิบัติงานจะต้องมีการติดต่อสัมพันธ์กับลูกค้า การมีบุคลิกภาพที่เหมาะสมย่อมเป็นหนทางให้งานขายประสบความสำเร็จ

3.1.4 ความสำคัญของบุคลิกภาพ บุคลิกภาพมีความสำคัญต่อผู้ประกอบการอาชีพการขาย ถ้าพนักงานขายเป็นผู้ที่มีบุคลิกภาพต้องมีลักษณะดังนี้

1) มีความยิ้มแย้มแจ่มใส ลูกค้าเข้าใกล้แล้วมีความสุขสดชื่น แสดงอาการยินดีเต็มใจ รับใช้ ให้บริการลูกค้า ความยิ้มแย้มแจ่มใสเกิดจากการที่พนักงานขายมีบุคลิกภาพที่ดีจิตใจงดงามและรักในงานที่ปฏิบัติอยู่

2) สุภาพอ่อนน้อม มีสัมมาคารวะ

- 3) รู้จักเอาใจผู้อื่น ลูกค้าจะชื่นชอบพนักงานขายที่รู้จัก และให้บริการดี ๆ แต่การลดราคาแข่งกับห้างสรรพสินค้า เพื่อเอาใจลูกค้าเป็นเรื่องที่ไม่ควรทำ
- 4) แต่งกายสะอาดเหมาะสม การจะเป็นพนักงานขายที่ลูกค้าต้องการอยู่ ใกล้ ๆ และสนทนาด้วยนาน ๆ นอกจากจะพูดได้ไพเราะ แต่งกายสะอาดแล้ว พนักงานขายควรต้องระวังในเรื่องกลิ่นปากและกลิ่นตัวอีกด้วย
- 5) มีความตรงจำดี พนักงานขายควรมีการวางแผนก่อนปฏิบัติงานเสมอและทุกครั้งก่อนออกปฏิบัติงานควรบันทึกรายละเอียดต่าง ๆ ไว้ เช่น รายละเอียดของสินค้า ข้อมูลของลูกค้า วัน เวลา สถานที่ในการพบปะลูกค้า เป็นต้น การบันทึกเรื่องราวต่าง ๆ จะเป็นเครื่องเตือนความทรงจำ และป้องกันความผิดพลาดในการทำงานได้อย่างดี
- 6) รู้จักแบ่งเวลาให้เหมาะสม การขายถึงแม้จะเป็นอาชีพอิสระแต่พนักงานขายก็ต้องรู้จักแบ่งเวลาให้เหมาะสมไม่ว่าจะเป็นงานบ้าน งานอาชีพตลอดจนงานสังคม เพราะการแบ่งเวลาให้เหมาะสมจะทำให้ชีวิตมีคุณค่าและปฏิบัติการกิจไม่บกพร่อง
- 7) รู้จักการวางแผนในการทำงานของแต่ละวัน อาชีพการขายมิได้หมายถึงการเดินทางเพื่อจะขายสินค้าเพียงอย่างเดียวในแต่ละวัน แต่พนักงานขายจะต้องมีภาระงานอื่นที่จะต้องปฏิบัติ เช่น การหาแหล่งรายชื่อลูกค้าใหม่ การติดตามลูกค้าที่ตนไปขายไว้ การเยี่ยมเยียนลูกค้าเก่า การบริการลูกค้า เป็นต้น ดังนั้นพนักงานขายจึงควรรู้จักวางแผนการทำงานในแต่ละวันให้เหมาะสม
- 8) สนุกสนานที่มีโอกาสพูดคุยกับบุคคลได้ทุกประเภท (ทุกอาชีพ) พนักงานขายที่ดีมักจะมีความรู้รอบตัว หมายถึงสามารถคุยเป็นเพื่อนกับลูกค้าได้แทบทุกเรื่อง ตั้งแต่เรื่องนอกบ้านหรือเรื่องในบ้าน ลาก ยศ สรรเสริญ ทักซ์ สุข งานอดิเรก การเมือง เศรษฐกิจและสังคม
- 9) มีศิลปะในการพูด คือ รู้ว่าอะไรควรพูดอะไรไม่ควรพูด เรื่องใดที่ลูกค้าชอบฟัง และเรื่องที่ลูกค้าไม่ชอบฟัง
- 10) มีศิลปะในการฟัง พนักงานขายผู้มีความบุคลิกภาพดี จะเป็นผู้ที่รู้จักฟัง เรียกว่ามีศิลปะในการฟัง การฟังลูกค้าพูดอย่างตั้งใจ จับใจความได้ ทำให้วิเคราะห์ความต้องการของลูกค้าได้ จึงสนองความต้องการได้อย่างเหมาะสม

ภาพที่ 1.3 พนักงานขายมีความยิ้มแย้มแจ่มใส



ที่มา : <http://www.softbankthai.com/ArticleInfo.aspx?ArticleTypeID=79&ArticleID=676>

สืบค้นเมื่อวันที่ 21 กรกฎาคม 2556

3.2 คุณลักษณะของพนักงานขายที่ดี

คุณลักษณะของพนักงานขายที่ดี ลักษณะ คุณสมบัติ ความถนัด ทักษะ และความสามารถอื่น ๆ ที่รวมกันจะทำให้เป็นพนักงานขายที่มีคุณภาพนั้น จะช่วยให้มีโอกาสประสบความสำเร็จในการขายมากขึ้น คุณสมบัติต่าง ๆ เหล่านี้ได้แก่

3.2.1 ลักษณะท่าทาง (Appearance) พนักงานขายที่มีความสามารถจะต้องพยายามทำให้ ผู้มุ่งหวังเกิดความประทับใจตั้งแต่แรกเห็น เพราะเขาอาจจะไม่มีโอกาสเป็นครั้งที่สอง การสร้างความประทับใจแต่แรกพบนั้นจะเกิดจากลักษณะท่าทางการแสดงออกจากรูปลักษณ์ภายนอกของพนักงานขาย เช่น เสื้อผ้า การแต่งตัว และการแสดงออกทางสีหน้า ซึ่งจะก่อให้เกิดความเชื่อมั่น พนักงานขายจะต้องสามารถนำเสนอลักษณะท่าทางที่ดีของตนหรือสามารถขายตนเองได้ตีนั้นเอง

3.2.2 เสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย (Clothes) บรรจุกุณที่มีผลสำคัญต่อผลิตภัณฑ์อันใด เสื้อผ้า เครื่องแต่งกายอย่างมีรสนิยมและรู้จักกาลเทศะของพนักงานขายก็มีความสำคัญอันนั้น เสื้อผ้าที่สวมใส่จะต้องเหมาะสมกับประเภทของงานขายและประเภทของลูกค้าที่พนักงานขายจะไปพบ

3.2.3 การแต่งกาย (Grooming) การแต่งกายมีความสำคัญเช่นเดียวกับเสื้อผ้าในการที่จะสร้างความประทับใจแต่แรกพบไม่ว่าจะเป็น น้ำหอม ทรงผม การแต่งหน้า เหล่านี้ควรจะได้มีการเลือกใช้ให้เหมาะสมเพื่อปึงถึงรสนิยมที่ดี แนวทางในการแต่งตัวให้เหมาะสมนั้นก็คือการพิจารณาจากลูกค้า

เป็นหลัก จงอย่าสร้างอุปสรรคในเรื่องการติดต่อสื่อสารโดยการมีลักษณะท่าทางที่น่ารำคาญหรือนำรังเกียจแก่ลูกค้า

3.2.4 น้ำเสียงและนิสัยในการสนทนา (Voice and Personality) เมื่อพนักงานขายให้การต้อนรับลูกค้า น้ำเสียงในการพูดและคำพูดที่รื่นรมย์ จะช่วยเสริมการเสนอขายให้มีประสิทธิภาพ ในทางตรงกันข้ามน้ำเสียงที่ไม่ดีและคำพูดที่ไม่เหมาะสมการใช้คำพูดละลาบละล้วงในการสนทนาจะเป็นอุปสรรคต่อการขาย ดังนั้น น้ำเสียงและนิสัยในการสนทนาของพนักงานขายจึงเป็นสื่อในการติดต่อตั้งแต่เบื้องต้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งการขายทางโทรศัพท์

3.2.5 กิริยามารยาทและธรรมเนียมปฏิบัติ (Manners and Mannerisms) พนักงานขายที่ดีต้องไม่แสดงลักษณะที่ไม่พึงประสงค์ในขณะขาย เช่น ใช้นิ้วมือเคาะโต๊ะเบา ๆ เลื่อนแก้วน้ำไปมา ใช้เหรียญสตางค์โยนเล่น เกาศีรษะบ่อย ๆ เป็นต้น การกระทำเหล่านี้ อาจจะเป็นการแสดงออกถึงความตื่นเต้นหรือการขาดประสบการณ์หรือขาดการปรับตัวเท่าที่ควร ซึ่งอาจจะทำให้ลูกค้ารำคาญหรือไม่พอใจจนอาจจะตัดการเสนอขายให้สั้นลง ดังนั้นพนักงานขายจะต้องระมัดระวังรูปแบบพฤติกรรม การแสดงออกอยู่เสมอ แม้ว่ากิริยามารยาทที่ดีโดยลำพังแล้วอาจจะไม่สามารถทำการขายให้เกิดขึ้นได้ แต่มารยาทที่ไม่ดีก็สามารถทำลายโอกาสที่จะขายได้ การเป็นผู้ฟังที่ดีไม่ขัดจังหวะลูกค้าบ่อย ๆ ตลอดจนการพูดและการกระทำที่เป็นธรรมชาติ มีความสุภาพมีมนุษยธรรมจะช่วยเสริมภาพลักษณ์ของพนักงานขายในสายตาของลูกค้า

4. ทฤษฎีการขาย (Selling Theory)

ดังที่ได้กล่าวมาแล้วว่าอาชีพการขายเป็นอาชีพที่ได้รับความนิยมเพราะมีผลประโยชน์ที่คุ้มค่า และเป็นอาชีพที่ทำขายซึ่งไม่เหมือนกับงานหรืออาชีพประเภทอื่น ๆ อาชีพพนักงานขายก็มีโอกาสก้าวไปสู่ตำแหน่งผู้บริหารได้โดยไม่ต้องรอ ขึ้นอยู่กับความสามารถของตนเองซึ่งจะประสบความสำเร็จได้ ต้องนำความรู้จากประสบการณ์กับความรู้ทางทฤษฎีมาผนวกเข้าด้วยกันที่เรียกว่าศิลปะการขาย (Salesmanship) การที่พนักงานขายจะมีศิลปะการขายที่ดีนั้นย่อมต้องอาศัยพื้นฐานอย่างหนึ่งก็คือ เรียนรู้ในเรื่องของทฤษฎีการขายเพื่อนำมาใช้ในการเสนอขายให้เกิดประสิทธิภาพมากที่สุด ดังนี้

4.1 ทฤษฎีสั่งเร้าและการตอบสนอง (The Stimulus –Response Theory)

ทฤษฎีแห่งการกระตุ้นและการตอบสนองมีแนวความคิดที่ว่า “ลูกค้าได้รับสิ่งเร้า (Stimulus) ที่ดีมากระตุ้นลูกค้าจะตอบสนองต่อสิ่งเร้านั้นและทำให้ขายสินค้าได้” “การกระทำที่เกิดขึ้น มีผลมาจากการตอบรับการกระตุ้น” สรุปได้ว่า การกระทำทุกสิ่งทุกอย่างจะเกิดขึ้นได้จะต้องมีแรงกระตุ้นก่อนเสมอ ถ้าแรงกระตุ้นที่ดีผลที่ออกมาก็ดี ซึ่งจะทำให้ผู้มุ่งหวังตัดสินใจซื้อ ดังนั้น นักจิตวิทยาจึงได้นำทฤษฎีการกระตุ้นและการตอบสนองมาเปรียบเทียบกับสาเหตุซื้อ (Buying Motive) ซึ่งจะสรุปเป็นรูปแบบได้ ดังภาพที่ 1.4

แผนภูมิที่ 1.1 การเปรียบเทียบวิชาจิตวิทยากับศิลปะการขาย

Psychology	Stimulus(S)	→	Organism(O)	→	Response(R)
วิชาจิตวิทยา	สิ่งเร้า	→	อวัยวะ	→	การตอบสนอง
Salesmanship	Buying Motives	→	Customer	→	Reaction
ศิลปะการขาย	สาเหตุซื้อ	→	ลูกค้า	→	ปฏิกิริยาโต้ตอบ

ที่มา : สุวสา ชัยสุรัตน์ (2546 : 80)

การศึกษาของนักจิตวิทยานั้นจะใช้สิ่งเร้า (Stimulus) ไปกระตุ้นอวัยวะ (Organism) หรือร่างกายของมนุษย์ทั้ง 5 ให้เกิดการรับรู้หรือสัมผัสแล้วเกิดการตอบสนอง (Response) สิ่งเร้าต่าง ๆ อาจจะทำออกมาด้วยคำพูด คำโฆษณา ภาพ เช่น ชักสะอาดจนคุณดมความสะอาดได้ อร่อยจนหยุดสุดท้าย ภาพเปรียบเทียบคนอ้วน- ผอม หลังจากใช้เครื่องบริหารร่างกาย เป็นต้น

พนักงานขายได้นำทฤษฎีไปใช้กับสาเหตุซื้อ (Buying Motives) ไปกระตุ้นผู้มุ่งหวัง ทำให้เกิดปฏิกิริยาโต้ตอบ (Reaction) ออกมาในลักษณะใดลักษณะหนึ่ง คือ สนใจ ชอบ ซื้อ หรือ ไม่สนใจ ไม่ชอบ ไม่ซื้อ

4.2 ทฤษฎีความต้องการของมาสโลว์ (Maslow is Theory of Need Gratification) และทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจของ Kotler and Armstrong (2002) (The Satisfaction Theory)

ตามทฤษฎีดังกล่าวนี้ พนักงานขายจะต้องศึกษาผลิตภัณฑ์ของตนอย่างละเอียด เพื่อกำหนดหรือหาเหตุผลเหตุจูงใจให้เหมาะสมกับความต้องการของผู้มุ่งหวัง เพื่อสร้างความพอใจให้ผู้มุ่งหวัง ดังภาพที่ 1.2

แผนภูมิที่ 1.2 ลำดับขั้นความต้องการและความพึงพอใจของมนุษย์



ที่มา : สุวสา ชัยสุรัตน์ (2546 : 81)

จากทฤษฎีข้างต้นนี้ อาจสรุปเป็นแนวความคิดง่าย ๆ ว่า มนุษย์ทุกคนในโลกนี้มีความต้องการไม่มีที่สิ้นสุด จะหมุนเวียนเปลี่ยนไปตลอดเวลา ในการอุปโภคบริโภคสินค้าหรือบริการของมนุษย์เรา เมื่อมีความต้องการสิ่งหนึ่งแล้วสิ่งนั้นได้ตอบสนองและได้รับความพอใจ ก็จะแสวงหาสิ่งใหม่ ๆ และวนเวียนในลักษณะนี้อย่างไม่มีที่สิ้นสุด ดังนั้น นักการตลาดต้องนำทฤษฎีไปใช้และปรับปรุงสินค้าของตนให้ใหม่อยู่เสมอ โดยการค้นให้พบว่า อะไร คือสิ่งที่ผู้มุ่งหวังต้องการ ควรเสนอขายในสิ่งที่ผู้มุ่งหวังต้องการ และได้รับความพึงพอใจไม่มีที่สิ้นสุด ตามทฤษฎีแห่งความต้องการและความพึงพอใจ

4.3 ทฤษฎีแรงจูงใจของมาสโลว์ (Maslow's Theory Motivation)

มนุษย์ที่เกิดมาทุกคนล้วนมีความต้องการทั้งสิ้น พนักงานขายต้องศึกษาถึงความต้องการของมนุษย์ เพื่อจะได้นำความต้องการนั้นมาสร้างเป็นเหตุจูงใจในการเสนอขาย

4.3.1 ลำดับขั้นความต้องการของมนุษย์ ตามทฤษฎีแรงจูงใจของมาสโลว์ ได้แก่

1) ความต้องการทางด้านร่างกาย (Physiological Needs) เป็นความต้องการพื้นฐานของมนุษย์ เป็นความต้องการทางด้านร่างกาย ได้แก่ ปัจจัย 4

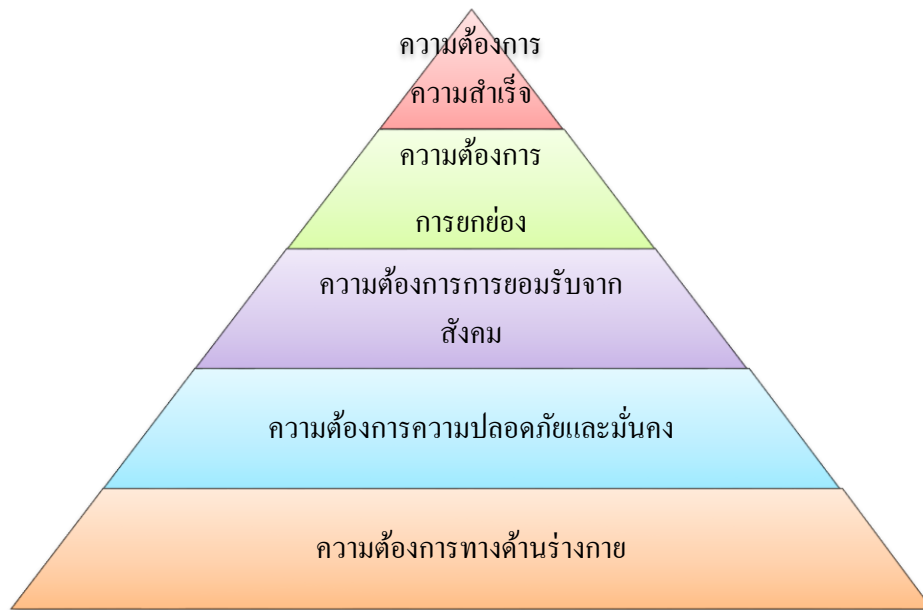
2) ความต้องการทางด้านความปลอดภัย (Safety Needs) เป็นความต้องการที่จะเกิดหลังจากความต้องการพื้นฐานได้รับการตอบสนองเรียบร้อยแล้ว เช่น เมื่อหิวข้าวก็ต้องรับประทานข้าว (ความต้องการขั้นที่ 1) แต่บางคนจะพิจารณาเลือกรับประทานอาหารที่มีคุณค่า มีประโยชน์ ไม่คำนึงถึงความอึดหรือความอร่อยเพียงอย่างเดียว เช่นนี้ถือว่าเป็นความต้องการด้านความปลอดภัย

3) ความต้องการด้านความรักและความเป็นเจ้าของ (Love & Belongingness Needs) นอกจากความต้องการทางด้านร่างกายและความปลอดภัย ซึ่งเป็นความต้องการทางร่างกายแล้ว มนุษย์ยังมีความต้องการทางด้านจิตใจอีก กล่าวคือมนุษย์ยังต้องการให้คนอื่นรักและต้องการที่จะเป็นเจ้าของ ดังนั้น การซื้อ-ขายสินค้าบางอย่างอาจเกิดเพราะต้องการให้คนอื่นรักหรือเพราะอยากได้เป็นเจ้าของ ซึ่งเป็นเรื่องของจิตใจมากกว่าร่างกาย

4) ความต้องการการยอมรับและยกย่อง (Esteem Needs) มนุษย์เป็นสัตว์สังคมที่ไม่อาจอยู่คนเดียวได้ มนุษย์ต้องอยู่ร่วมกันเป็นกลุ่มสังคม แต่การอยู่ร่วมกันเป็นกลุ่มเป็นสังคมทำให้เกิดความต้องการสินค้าบางอย่างขึ้นมา ดังจะเห็นได้จากมนุษย์บางกลุ่มบางคนมีความปรารถนาจะใช้ของราคาแพง เช่น รถยนต์ ทั้งนี้เพราะการขับรถยนต์ราคาแพง ๆ ยี่ห้อดี ๆ สังคมจะยกย่อง ซึ่งเป็นความต้องการทางด้านจิตใจ

5) ความต้องการที่จะได้รับความสำเร็จ (Self Actualization or Self Realization Needs) ความสำเร็จในชีวิตเป็นความต้องการของมนุษย์ทุกคน เมื่อมนุษย์ได้รับการตอบสนองครบทั้ง 4 อย่างข้างต้นแล้ว มนุษย์ยังมีความปรารถนาที่จะประสบความสำเร็จในงานทุกอย่างที่มนุษย์ได้ทำ ได้คิดเอาไว้ ซึ่งจะมีผลทำให้เกิดความเชื่อมั่นในการกระทำสิ่งอื่น ๆ ต่อไป

แผนภูมิที่ 1.3 ลำดับชั้นความต้องการของมนุษย์ตามทฤษฎีการจูงใจของมาสโลว์



ที่มา : <http://www.sahavicha.com/?name=test&file=readtest&id=2994>

สืบค้นเมื่อวันที่ 21 กรกฎาคม 2556

จากทฤษฎีการจูงใจของมาสโลว์ สรุปได้ว่ามนุษย์เกิดมาทุกคนมีความต้องการทางด้านกายภาพและในด้านของจิตใจ พนักงานขายจึงจำเป็นต้องเรียนรู้ความต้องการของมนุษย์เพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในการเสนอขายสินค้าของตนให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้มุ่งหวังให้ได้รับความพอใจสูงสุด

4.3.2 ประโยชน์จากการศึกษาหรือเรียนรู้เรื่องของทฤษฎีการขาย พนักงานขายที่มีความสามารถและประสบความสำเร็จในการขาย ต้องสามารถที่จะนำทฤษฎีการขายดังกล่าวมากำหนดการจูงใจหรือหาสาเหตุซื้อ เพื่อไปกระตุ้นให้ผู้มุ่งหวังเกิดความต้องการและตกลงใจซื้อในที่สุด โดยทั่วไปเหตุจูงใจซื้อสามารถแบ่งออกได้เป็น 5 ประเภท ดังนี้

1) กำไรและประหยัด พนักงานขาย ต้องพิสูจน์ให้ผู้มุ่งหวังได้เห็นว่า สินค้าหรือบริการนั้นจะช่วยให้ผู้มุ่งหวังประหยัดหรือได้กำไรอย่างน้อยเพียงใด กำไรในที่นี้หมายถึงความคุ้มค่า

2) ความสะดวกสบาย เป็นสิ่งที่มนุษย์ทุกคนมีความต้องการ ดังนั้น พนักงานขายต้องทำให้ผู้มุ่งหวังเห็นว่า สินค้าหรือบริการของเขาจะช่วยให้ผู้มุ่งหวังได้รับความสะดวกสบายได้อย่างไร

3) ความคุ้มครองและปลอดภัย เป็นความต้องการพื้นฐานของมนุษย์ ความคุ้มครองและปลอดภัยนี้ให้รวมไปถึงผู้ที่เกี่ยวข้องกับตัวผู้มุ่งหวังด้วย เช่น ครอบครัว

4) ความภาคภูมิใจและศักดิ์ศรี นอกจากความต้องการทางด้านร่างกายแล้ว มนุษย์ยังมีความต้องการทางด้านจิตใจอีก กล่าวคือ มนุษย์ต้องมีศักดิ์ศรี ต้องการให้คนอื่นในสังคมยกย่องนับถือ เช่น การซื้อของราคาแพง ๆ มาใช้เพื่อให้คนอื่นยกย่องตนทำให้เกิดความภูมิใจ

5) ความพึงพอใจในความรัก สิ่งของที่มนุษย์ตัดสินใจซื้อนั้น ไม่ใช่เกิดขึ้นเพราะเหตุผลเสมอไป บางครั้งการตัดสินใจอาจเกิดจากอารมณ์ เช่น สินค้าบางชนิดมีความสวยงามในตัว น่ารัก จึงเกิดการตัดสินใจซื้อขึ้น ๆ ที่สิ่งนั้นอาจจะไม่มีประโยชน์อะไรเลย

ประโยชน์จากการเรียนรู้เรื่องของทฤษฎีการขาย จะทำให้พนักงานขายสามารถทราบถึงความต้องการของมนุษย์ตามทฤษฎีสิ่งเร้าและการตอบสนอง ทฤษฎีแห่งความต้องการและความพึงพอใจและทฤษฎีการจูงใจของมาสโลว์ พนักงานขายสามารถนำมาเป็นเหตุจูงใจซื้อของผู้มุ่งหวังได้

5. กระบวนการขาย

กระบวนการขาย (Selling Process) เป็นเรื่องของกระบวนการดำเนินงานทางการขายอย่างหนึ่ง ที่จะทำให้เกิดผลสัมฤทธิ์เกิดการเปลี่ยนกรรมสิทธิ์ความเป็นเจ้าของ โดยมีวัตถุประสงค์ในการดำเนินงานเป็นขั้นตอน เพื่อให้กระบวนการขายมีประสิทธิภาพมากที่สุด อย่างไรก็ตามถ้าหากพนักงานขายไม่ปฏิบัติตามกระบวนการขายแล้ว อาจทำให้ผลของการขายที่ได้รับไม่บรรลุวัตถุประสงค์ตามที่กิจการวางไว้ก็ได้ ทั้งนี้เพราะการกำหนดกระบวนการขายเปรียบเสมือนการกำหนดแนวทางการปฏิบัติ หรือการเตรียมตัวสำหรับการขายให้กับพนักงานขาย ซึ่งประกอบด้วยสาระสำคัญ ดังนี้

5.1 ความหมายของกระบวนการขาย (Selling Process)

มีผู้ให้ความหมายของคำว่า “กระบวนการขาย” (Selling Process) ไว้ดังนี้

ฟิลิป คอตเลอร์ (Philip Kotler) ให้ความหมายว่า กระบวนการขาย หมายถึง การทำหน้าที่เกี่ยวกับการหาผู้มุ่งหวัง การเตรียมการก่อนเข้าพบผู้มุ่งหวัง การเข้าพบ การเสนอขาย การจัดการกับข้อโต้แย้ง การปิดการขาย การติดตามผลและการบริการหลังการขาย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ลูกค้าเกิดความต้องการผลิตภัณฑ์และตัดสินใจซื้อ

วิลเลียม เจ. สเตนตัน (William J. Stanton) ได้กำหนดความหมายของกระบวนการขาย หมายถึง การดำเนินงานขายตามลำดับขั้นตอนของการเตรียมตัว (Preparation) การหาผู้มุ่งหวัง (Prospecting) การเตรียมก่อนเข้าพบลูกค้า (Pre - approach) การเสนอขาย (Presentation) และกิจกรรมหลังการขาย (Post sales Activities)

สมพิศ เล็กเฟื่องฟู และอุบลรัตน์ ไวยวีชี (2550 : 129) ได้ให้ความหมายไว้ว่า กระบวนการขาย (Selling Process) หมายถึง ขั้นตอนต่าง ๆ ในการดำเนินการขาย โดยเริ่มต้นจากการแสวงหาลูกค้าหรือผู้มุ่งหวังไปจนถึงสิ้นสุดการขาย คือ การบริการหลังการขาย

ศศนันท์ วิวัฒน์ชาติ (2545 : 2) ได้ให้ความหมายไว้ว่า **เทคนิคการขาย** คือกระบวนการในการวิเคราะห์เพื่อค้นหาความต้องการของลูกค้าที่มีต่อสินค้าหรือบริการ และจงใจให้ทำการซื้อสินค้าไปใช้ แล้วทำให้ได้รับความพอใจ การขายจัดเป็นทั้งศาสตร์ กล่าวคือเป็นหลักการที่ได้มีผู้ไปทดลองปฏิบัติจนได้ผลแล้วและเป็นศิลปะ ซึ่งต้องอาศัยการฝึกฝนและปรับปรุงจนเกิดความชำนาญ

กระบวนการขายจะแสดงให้เห็นเกี่ยวกับหลักการสำคัญ ๆ ที่พนักงานขายจะต้องปฏิบัติให้ประสบความสำเร็จ ซึ่งจะต้องรู้จักการปฏิบัติตามกิจกรรมการขายและวิธีการที่กำหนดไว้ตามลำดับก่อนหลัง การเตรียมข้อมูลให้สมบูรณ์จะทำให้การทำงานได้ผลดี นอกจากนั้นพนักงานขายจะต้องศึกษาและเข้าใจพฤติกรรม การซื้อของลูกค้าด้วย เพื่อที่จะสามารถปรับกิจกรรมการขายให้สอดคล้องกับกระบวนการซื้อของลูกค้าได้ กระบวนการขาย จึงเป็นแนวทางปฏิบัติของพนักงานขายในการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค

สรุป ความหมายของกระบวนการขายเป็นเรื่องของกระบวนการดำเนินงานทางการขายอย่างหนึ่ง ที่จะทำให้เกิดผลิตภัณฑ์เกิดการเปลี่ยนกรรมสิทธิ์ความเป็นเจ้าของ โดยมีวัตถุประสงค์ในการดำเนินงานตามขั้นตอนของกระบวนการขายเพื่อให้เกิดการขายและมีประสิทธิภาพมากที่สุดด้วย

ไม่บรรลุวัตถุประสงค์ที่กิจการวางไว้ก็ได้ ทั้งนี้เพราะการกำหนดกระบวนการขายเปรียบเสมือนการกำหนดแนวทางการปฏิบัติงานหรือเตรียมตัวสำหรับการขายของพนักงานขาย

5.2 ความสำคัญของกระบวนการขาย

การขายเป็นงานที่มีความสำคัญสำหรับองค์กรธุรกิจทุกประเภท แม้จะมีการผลิตที่มีคุณภาพ การส่งเสริมการขายที่ดี การขนส่งที่รวดเร็วและปลอดภัย หากพนักงานขายไม่ได้ปฏิบัติตามกิจกรรมการขายของตนให้เหมาะสมและสอดคล้องกับกิจกรรมการตลาดส่วนอื่น ๆ หรือไม่ปฏิบัติตามขายให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ ย่อมก่อให้เกิดความเสียหายต่อกิจการ กิจกรรมการขายจึงเป็นงานที่อาศัยศิลปะและศาสตร์ นำไปใช้ในภาคปฏิบัติงานขายเป็นส่วนสำคัญยิ่งสำหรับพนักงานขายและกิจการ ดังที่ได้พบเห็นพนักงานขายในชีวิตประจำวัน ได้ปฏิบัติ ดังนี้

5.2.1 พนักงานขายมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า มีจิตวิทยาสูง เรียนรู้สภาพจิตใจและความต้องการของลูกค้าได้ถูกต้องแม่นยำ ทำให้พนักงานขายใช้ความสามารถนำเสนอขายสินค้าได้ถูกต้อง และเหมาะสมกับความต้องการ ใช้ศิลปะในการเจรจาได้รวดเร็ว ประสบความสำเร็จด้วยการปิดการขายได้ตรงตามที่กำหนดไว้ทุกครั้ง

5.2.2 การมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี มีความร่าเริงแจ่มใสเป็นกันเอง และเต็มใจให้บริการ (Service Mine) จะทำให้ลูกค้าเกิดความอบอุ่นและไว้วางใจ เต็มใจที่จะติดต่อและให้การสนับสนุนด้วยการซื้อจากพนักงานขายนั้น

5.2.3 มีคุณธรรมประจำใจและนำมาปฏิบัติในงานอาชีพ คือ มีความซื่อสัตย์ สุจริต مانةอดทน ความเพียรพยายาม ความมีวินัยและรับผิดชอบ ย่อมมีโอกาสที่จะรักษาลูกค้าเก่าได้และทำให้ลูกค้าเกิดความจงรักภักดี

5.3 ขั้นตอนของกระบวนการขาย

กระบวนการขายหรือเทคนิคการขายมุ่งเน้นเกี่ยวกับการปฏิบัติงานของพนักงานขาย เป็นเหตุการณ์ที่พนักงานขายจะต้องประสบและดำเนินการอยู่ในชีวิตประจำวันของการทำงาน การเรียนรู้เข้าใจและฝึกฝนอย่างสม่ำเสมอเป็นสิ่งจำเป็นที่จะช่วยให้การปฏิบัติงานมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

จากความหมายของกระบวนการขายดังกล่าว สามารถสรุปได้ว่ากระบวนการขายประกอบด้วยขั้นตอนดังภาพที่ 1.4

แผนภูมิที่ 1.4 กระบวนการขาย



5.3.1 การแสวงหาผู้มุ่งหวังหรือการแสวงหาลูกค้าในอนาคต (Prospecting)

เป็น จุดเริ่มต้นของกระบวนการขาย คือพนักงานขายจะต้องแสวงหารายชื่อผู้มุ่งหวัง ซึ่งคาดว่ามีความสมบัติที่สามารถจะทำการซื้อผลิตภัณฑ์ได้ ดังนั้นการทราบถึงความต้องการและการรับรู้ปัญหาของผู้มุ่งหวัง จะช่วยให้พนักงานขายทำการกระตุ้นความต้องการและชี้ให้ผู้มุ่งหวังเห็นถึงปัญหาและความต้องการของตนเองได้อย่างถูกต้อง

5.3.2 การเตรียมตัวก่อนเข้าพบผู้มุ่งหวังในอนาคต (Reproach)

เป็นการรวบรวมข้อมูลต่าง ๆ ของผู้มุ่งหวังเพื่อพนักงานขายจะได้ทราบว่าผลิตภัณฑ์นั้นสามารถตอบสนองความต้องการหรือความจำเป็นของผู้มุ่งหวังได้หรือไม่

5.3.3 การเข้าพบผู้มุ่งหวังในอนาคต (The Approach) เพื่อเสนอขายผลิตภัณฑ์ต้องมีการจัดเตรียมสิ่งที่ใช้กระตุ้นความต้องการของผู้มุ่งหวัง ก่อนที่จะตัดสินใจซื้อจำเป็นต้องพิจารณาทางเลือกโดยการแสวงหาข้อมูลเพิ่มเติมจากแหล่งต่าง ๆ เช่น แหล่งบุคคล แหล่งการค้า แหล่งทดลอง และแหล่งสาธารณะ ขณะเดียวกันพนักงานขายเป็นแหล่งข้อมูลของผู้มุ่งหวังเช่นเดียวกัน ต้องพยายามช่วยผู้มุ่งหวังพิจารณาถึงวิธีการหรือทางเลือกต่าง ๆ ที่สามารถแก้ปัญหาและสนองความต้องการของผู้มุ่งหวังได้

5.3.4 การเสนอขาย (Sales Presentation) พนักงานขายต้องนำเสนอประโยชน์ของผลิตภัณฑ์มาชี้แจงให้ผู้มุ่งหวังทราบ ตลอดจนวิธีการใช้ วิธีการเก็บรักษา เพราะปกติผู้มุ่งหวังจะซื้อผลิตภัณฑ์เมื่อพอใจในคุณภาพ คุณประโยชน์ ราคา และรูปลักษณ์เป็นสำคัญ

5.3.5 การจัดการกับข้อโต้แย้ง (Handling Objection) เป็นขั้นตอนที่สำคัญที่สุด เพราะอาจทำให้ผู้มุ่งหวังปฏิเสธการซื้อผลิตภัณฑ์ได้ ดังนั้นพนักงานขายจำเป็นที่จะต้องทำให้ผู้มุ่งหวังเกิดความเข้าใจ เชื่อใจและไว้วางใจในคุณค่าและผลประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ รวมทั้งให้ความไว้วางใจในตัวพนักงานขายด้วย หลังจากนั้นพนักงานขายควรทำการปิดการขาย เมื่อเห็นว่าผู้มุ่งหวังพร้อมที่จะตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์หรือมีสัญญาณการซื้อจากผู้มุ่งหวัง เช่น การแสดงความพอใจ การพยักหน้า เป็นต้น

5.3.6 การปิดการขาย (Sales Closing) เป็นเทคนิควิธีการที่นำมาใช้เพื่อให้ผู้มุ่งหวังเกิดการตัดสินใจซื้อสินค้า หรือเกิดปฏิกิริยาตอบสนองอย่างใดอย่างหนึ่งออกมาให้พนักงานขายทราบ

5.3.7 การติดตามผล (Follow - up) และการบริการหลังการขาย (Service after sales) ถือเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างสัมพันธภาพและความประทับใจที่ติระหว่างลูกค้าและกิจการ นอกจากนี้ยังช่วยขยายฐานผู้มุ่งหวังที่เกิดจากการแนะนำของลูกค้าที่ตัดสินใจซื้อแล้ว

สรุป

การขายเป็นกระบวนการวิเคราะห์ความจำเป็นและความต้องการของผู้มุ่งหวังโดยการช่วยเหลือจากพนักงานขาย ซึ่งพนักงานขายมีความจำเป็นต้องมีวิธีการสนองความต้องการของผู้มุ่งหวังให้ได้รับความพอใจ ดังนั้นพนักงานขายจะต้องมีความรู้ในเรื่องของเทคนิคการขายคือ

ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการขาย ประกอบด้วย 1) ความหมายของการขาย หมายถึงกระบวนการค้นหาความต้องการและทำให้ลูกค้าเกิดความพอใจ 2) บทบาทของพนักงานขาย ได้แก่ การให้บริการ การชักจูงใจ การช่วยเหลือร่วมมือ การให้ความรู้ การแก้ปัญหา 3) ลักษณะของอาชีพการขายที่แตกต่างจากอาชีพอื่น ๆ ได้แก่ หารายได้เฉลี่ยค่อนข้างสูง วัตถุประสงค์ได้รวดเร็ว จากปริมาณของยอดขาย อาชีพค่อนข้างอิสระ ไม่หยุดนิ่ง เป็นพื้นฐานสำคัญสำหรับผู้บริหารระดับสูง ทำทนายความสามารถและมีความกดดันสูง 4) ความสำคัญของอาชีพการขาย ได้แก่ พัฒนานวัตกรรมใหม่ เพิ่มคุณค่าแก่ผลิตภัณฑ์สนองความต้องการมนุษย์ ลดภาวะเงินเฟ้อ

เทคนิคการขาย ประกอบด้วย 1) เทคนิคการขาย หมายถึง กระบวนการในการวิเคราะห์ค้นหาความต้องการของลูกค้า ที่มีต่อสินค้าและบริการ 2) วิธีการใช้ศิลปะการขาย ได้แก่ ศิลปะการครองใจลูกค้า การใช้ศิลปะการขายตามหลัก SALESMANSHIP

บุคลิกภาพและคุณลักษณะของพนักงานขาย ประกอบด้วย 1) บุคลิกภาพ หมายถึง คุณลักษณะเฉพาะของแต่ละบุคคลในการปรับตัวต่อสภาพแวดล้อม การแก้ไขปัญหาและการแสดงความสัมพันธ์ที่มีต่อบุคคลอื่น 2) คุณลักษณะของพนักงานขายที่ดี ได้แก่ ลักษณะท่าทาง เสื้อผ้า เครื่องแต่งกาย การแต่งกาย น้ำเสียงและนิสัยในการสนทนา กิริยามารยาทและธรรมเนียมปฏิบัติ

ทฤษฎีการขาย ประกอบด้วย 1) ทฤษฎีสิ่งเร้ากับการตอบสนอง “เมื่อลูกค้าได้รับสิ่งเร้าที่ตีมากระตุ้น ลูกค้าจะตอบสนองสิ่งเร้านั้นและทำให้ขายสินค้าได้” 2) ทฤษฎีแห่งความต้องการและความพึงพอใจเกิดจากพฤติกรรมของลูกค้า มีความต้องการ พฤติกรรม การตัดสินใจ ความพึงพอใจ 3) ทฤษฎีการจูงใจของมาสโลว์ กล่าวว่ามนุษย์เกิดมาล้วนมีความต้องการทั้งสิ้น ได้แก่ ความต้องการด้านร่างกาย ความปลอดภัย ความรัก การยกย่องและการได้รับความสำเร็จ

กระบวนการขาย ประกอบด้วย 1) ความหมายของกระบวนการขาย เป็นเรื่องของกระบวนการดำเนินทางการขายที่จะทำให้เกิดผลิตภัณฑ์เกิดการเปลี่ยนกรรมสิทธิ์ความเป็นเจ้าของ 2) ความสำคัญของกระบวนการขายขึ้นอยู่กับปฏิบัติของพนักงานขายในเรื่องของมนุษยสัมพันธ์ คุณธรรม 3) ขั้นตอนของกระบวนการขาย ได้แก่ การแสวงหาผู้มุ่งหวัง การเตรียมการเข้าพบ การเข้าพบ การเสนอขาย การจัดการกับข้อโต้แย้ง การปิดการขาย การบริการหลังการขาย

คำศัพท์ที่ควรรู้

Action	การตัดสินใจ
Adaptation	ความสามารถในการปรับตัว
Advertising	การโฆษณา
Appearance	รูปร่างลักษณะ
Behavior	พฤติกรรม
Buying Motive	สาเหตุซื้อ
Customer	ลูกค้า
Direct Sale	การขายตรง
Enthusiasm	ความตั้งใจ ความกระตือรือร้น
Esteem needs	ความต้องการการยอมรับ
Event	การจัดกิจกรรมตามโอกาส
Grooming	การแต่งกาย
Honesty	ความซื่อสัตย์
Interesting Impressive	ความสนใจและสร้างความประทับใจให้กับลูกค้า
Learning	การเรียนรู้
Love & Belongingness Needs	ความต้องการด้านความรักความเป็นเจ้าของ
Manners and Mannerisms	กิริยามารยาทและธรรมเนียมปฏิบัติ
Mental Ability	ความสามารถทางสมอง
Neat	ความเป็นระเบียบเรียบร้อย
Need and Want	ความต้องการ
Non-Personal Selling	การขายโดยไม่ใช้บุคคล
Organism	อวัยวะ
Personal Selling	การขายโดยบุคคล
Personality	บุคลิกภาพ

Physiological Needs	ความต้องการทางด้านร่างกาย
Post Sale Activities	กิจกรรมหลังการขาย
Pre approach	การเตรียมตัวก่อนเข้าพบ
Presentation	การเสนอขาย
Prospect	ผู้มุ่งหวัง
Psychology	จิตวิทยา
Public Relation	การประชาสัมพันธ์
Respecting	การแสวงหาลูกค้าในอนาคต
Response	การตอบสนอง
Safety Needs	ความต้องการทางด้านความปลอดภัย
Sales Personality	บุคลิกภาพในการขาย
Salesmanship	ศิลปะการขาย
Sample	สินค้าตัวอย่าง
Self Actualization	ความต้องการที่จะได้รับความสำเร็จ
Selling Process	กระบวนการขาย
Selling Theory	ทฤษฎีการขาย
Service Mind	การมีคุณลักษณะของนักบริการ
Service Mine	เต็มใจให้บริการ
Sincerity	ความจริงใจ
Smiling Face	ยิ้มแย้มแจ่มใส
Stimulus	สิ่งเร้า
The Stimulus - Response Theory	ทฤษฎีสิ่งเร้าและการตอบสนอง
The Want and Satisfaction Theory	ทฤษฎีความต้องการและความพึงพอใจ
Trait	คุณลักษณะเฉพาะ

แบบฝึกหัด หน่วยที่ 1

ตอนที่ 1 จงทำเครื่องหมายกากบาท (X) ทับข้อที่ถูกต้องที่สุดเพียงข้อเดียว

1. ข้อใดไม่ใช่ส่วนหนึ่งของความหมายของการขาย
 - ก. การขายเป็นการช่วยเหลือ
 - ข. การขายเป็นการให้ผู้มุ่งหวังพอใจ
 - ค. การขายเป็นการเสนอสิ่งที่ผู้มุ่งหวังต้องการ
 - ง. การขายเป็นการค้นหาความต้องการของผู้มุ่งหวัง
 - จ. การขายเป็นการผลิตสินค้าสนองความต้องการผู้มุ่งหวัง
2. นางสาวกวิณาเป็นพนักงานขาย กำลังอธิบายให้ลูกค้าทราบถึงประโยชน์ใช้สอย การดูแลรักษาสินค้าตรงกับบทบาทของการขายข้อใด
 - ก. การให้บริการ
 - ข. การชักจูงใจ
 - ค. การช่วยเหลือ
 - ง. การให้ความรู้
 - จ. การให้คำปรึกษา
3. อาชีพพนักงานขายที่ทำงานค่อนข้างอิสระได้แก่พนักงานขายข้อใด
 - ก. พนักงานขายตรง
 - ข. พนักงานขายหน้าร้าน
 - ค. พนักงานขายเดินวิถี
 - ง. พนักงานขายอุตสาหกรรมทั่วไป
 - จ. พนักงานขายวิศวกร

4. ข้อใดหมายถึงอากัปกริยาลักษณะการแสดงออกเพื่อโน้มน้าวให้ลูกค้าเห็นด้วยกับสิ่งที่เสนอขาย
 - ก. ทฤษฎีการขาย
 - ข. ศิลปะการขาย
 - ค. กระบวนการขาย
 - ง. เหตุจูงใจในการขาย
 - จ. ทฤษฎีแรงจูงใจ
5. การที่พนักงานขายสร้างสายสัมพันธ์ระหว่างพนักงานขายและลูกค้าตรงกับศิลปะการครองใจลูกค้าข้อใด
 - ก. การเชื่อมโยงใจ
 - ข. การสร้างความไว้วางใจ
 - ค. การสร้างความน่าเชื่อถือ
 - ง. การทำให้ลูกค้าเป็นเจ้านาย
 - จ. การยึดหลักตัวถูกต้องเสมอ
6. การที่พนักงานขายบริการลูกค้าก่อนการขาย เป็นการใช้หลัก SASESMANSHIP ข้อใด
 - ก. ความตั้งใจ
 - ข. ความจริงใจ
 - ค. ความประทับใจ
 - ง. ความกระตือรือร้น
 - จ. ความซื่อสัตย์
7. ข้อใดหมายถึง ความประทับใจที่ผู้อื่นได้รับจากรูปร่าง ลักษณะกิริยาท่าทางของบุคคลใดบุคคลหนึ่ง
 - ก. คุณสมบัติ
 - ข. ศักยภาพ
 - ค. คุณลักษณะ
 - ง. บุคลิกภาพ
 - จ. ภาพลักษณ์

8. นายร่มเกล้า เป็นอาสาสมัครที่มีความกล้าหาญและใจร้อน กรณีเช่นนี้นายร่มเกล้ามีบุคลิกภาพด้านใด
- ก. บุคลิกภาพทางจิตใจ
 - ข. บุคลิกภาพทางสังคม
 - ค. บุคลิกภาพทางอารมณ์
 - ง. บุคลิกภาพทางความสามารถ
 - จ. บุคลิกภาพทางวัฒนธรรมองค์กร
9. คุณลักษณะของพนักงานขายที่ดี มีความสำคัญเช่นเดียวกับบรรจุภัณฑ์ที่ห่อหุ้มสินค้าตรงกับข้อใด
- ก. การแต่งกาย
 - ข. ลักษณะท่าทาง
 - ค. เสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย
 - ง. น้ำเสียงในการสนทนา
 - จ. ความเต็มใจในการบริการ
10. การกระทำที่เกิดขึ้นมีผลมาจากการตอบรับการกระตุ้น หมายถึงทฤษฎีข้อใด
- ก. ทฤษฎีไอดาส
 - ข. ทฤษฎีแรงจูงใจของมาสโลว์
 - ค. ทฤษฎีสิ่งเร้าและการตอบสนอง
 - ง. ทฤษฎีความต้องการและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ
 - จ. ทฤษฎีแรงจูงใจของ KERT
11. มนุษย์ทุกคนในโลกนี้จะมีความต้องการไม่มีที่สิ้นสุด จะหมุนเวียนเปลี่ยนไปตลอดเวลา หมายถึงทฤษฎีข้อใด
- ก. ทฤษฎีไอดาส
 - ข. ทฤษฎีแรงจูงใจของมาสโลว์
 - ค. ทฤษฎีสิ่งเร้าและการตอบสนอง
 - ง. ทฤษฎีความต้องการและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ
 - จ. ทฤษฎีแรงจูงใจของ KERT

12. นายกิตติพงษ์ ชั้บรรณ บีเอ็มราคาแปดล้านบาท กรณีนี้นายกิตติพงษ์มีความต้องการขั้นใดในทฤษฎีการจูงใจของมาสโลว์
- ก. ความรัก
 - ข. ความปลอดภัย
 - ค. ความสำเร็จในชีวิต
 - ง. การยอมรับและยกย่อง
 - จ. ความต้องการขั้นพื้นฐาน
13. ข้อใดกล่าวถึงกระบวนการขายได้ถูกต้อง
- ก. เทคนิคการเสนอขาย
 - ข. การแสวงหาผู้มุ่งหวัง
 - ค. คณะบุคคลที่ตัดสินใจซื้อสินค้า
 - ง. กระบวนการดำเนินงานทางการขาย
 - จ. กิจกรรมการแลกเปลี่ยน
14. ข้อใดไม่เกี่ยวข้องกับความสำคัญของกระบวนการขาย
- ก. พนักงานขายมีคุณธรรมประจำใจ
 - ข. พนักงานขายมีความจงรักภักดีต่อองค์กร
 - ค. พนักงานขายมีความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า
 - ง. พนักงานขายเรียนรู้ความต้องการของลูกค้า
 - จ. พนักงานขายแก้ไขข้อสงสัยของลูกค้า
15. กระบวนการขายข้อใดเป็นจุดเริ่มต้นของการขาย
- ก. การเข้าพบ
 - ข. การเสนอขาย
 - ค. การแสวงหาผู้มุ่งหวัง
 - ง. การเตรียมตัวก่อนเข้าพบ
 - จ. การตอบข้อโต้แย้งของลูกค้า

ตอนที่ 2 จงตอบคำถามต่อไปนี้

1. จงบอกความหมายของการขาย และความสำคัญของอาชีพการขายให้ถูกต้อง

การขาย หมายถึง.....

.....
.....

ความสำคัญของอาชีพการขาย.....

.....
.....

2. จงบอกความหมายของศิลปะการขายและศิลปะการครองใจลูกค้าให้ถูกต้อง

ศิลปะการขาย หมายถึง.....

.....
.....

ศิลปะการครองใจลูกค้า คือ.....

.....
.....

3. จงบอกความหมายของบุคลิกภาพและคุณลักษณะของพนักงานขายที่ดีให้ถูกต้อง

บุคลิกภาพ หมายถึง.....

.....
.....

คุณลักษณะของพนักงานขายที่ดี

.....
.....

.....
.....

4. จงอธิบายทฤษฎีแห่งความต้องการและความพึงพอใจพร้อมภาพ

.....

.....

.....

.....

.....

.....

5. จงเขียนภาพขั้นตอนของกระบวนการขาย

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ใบงานหน่วยที่ 1
ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับเทคนิคการขาย

เรื่อง ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับอาชีพการขาย

จุดประสงค์

เพื่อให้นักเรียนมีทัศนคติที่ดีเกี่ยวกับอาชีพการขายและมีความพร้อมที่จะเรียนรู้ในหน่วยต่อไป

คำชี้แจง/ขั้นตอนการปฏิบัติ

1. เชิญวิทยากรที่ประสบความสำเร็จในอาชีพขายมาบรรยายในเรื่อง
 - 1.1 ความสำคัญของอาชีพขาย
 - 1.2 กิจกรรมในอาชีพขาย
 - 1.3 ความก้าวหน้าในอาชีพขาย
 - 1.4 รายได้จากอาชีพขาย
2. ครูและนักเรียนเข้ารับฟังการบรรยายและแสดงความคิดเห็นพร้อมซักถาม
3. นักเรียนสรุปสาระสำคัญจากการบรรยายและแสดงความคิดเห็น หน้าชั้นเรียน
4. ครูเสนอแนะและสรุปความเข้าใจ
5. นักเรียนส่งรายงานสรุปจากการบรรยาย

การประเมินผล

1. แบบประเมินผลใบงาน

แบบประเมินผลใบงาน
ใบงานหน่วยที่ 1 ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับเทคนิคการขาย
เรื่อง ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับเทคนิคการขาย

ลำดับที่	รายการประเมิน	4	3	2	1
1	การเตรียมความพร้อม				
2	ความสมบูรณ์และถูกต้องของเนื้อหาสาระ				
3	รูปแบบการนำเสนอ				
4	ความสามารถในการนำเสนอ				
5	ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์				
6	ทำงานเสร็จภายในเวลาที่กำหนด				
7	การมีส่วนร่วมของสมาชิกในกลุ่ม				
	รวม				

คะแนนรวม.....

ข้อเสนอแนะ.....

เกณฑ์การประเมิน 4 = ดีมาก 3 = ดี 2 = พอใช้ 1 = ปรับปรุง

เกณฑ์การประเมิน	ดีมาก	ดี	พอใช้	ปรับปรุง
ระดับการเรียนรู้	(24-28)	(19-23)	(14-18)	(ต่ำกว่า -14)

ลงชื่อ.....ผู้ประเมิน

ลงชื่อ.....ครูผู้สอน

แบบทดสอบหลังเรียน
หน่วยที่ 1 ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับเทคนิคการขาย

คำสั่ง จงทำเครื่องหมายกากบาท (X) ทับข้อที่ถูกที่สุดเพียงข้อเดียว

- ข้อใด ไม่ใช่ ส่วนหนึ่งของความหมายการขาย
 - การขายเป็นการช่วยเหลือ
 - การขายเป็นการให้ผู้มุ่งหวังพอใจ
 - การขายเป็นการเสนอสิ่งที่ผู้มุ่งหวังต้องการ
 - การขายเป็นการค้นหาความต้องการของผู้มุ่งหวัง
 - การขายเป็นการผลิตสินค้าสนองความต้องการผู้มุ่งหวัง
- พนักงานขายจำเป็นต้องใช้หลักจิตวิทยาในบทบาทของการขายข้อใด
 - การชักจูงใจ
 - การแก้ปัญหา
 - การให้บริการ
 - การช่วยเหลือ
 - การตอบสนอง
- พนักงานขายที่มีศิลปะการขายครองใจลูกค้าก่อให้เกิดความน่าเชื่อถือและไว้วางใจตรงกับข้อใด
 - การพูดจาสุภาพ
 - การร่วมกิจกรรมกับลูกค้า
 - จำหน่ายสินค้าที่มีคุณภาพ
 - แนะนำสินค้าที่เหมาะสมกับลูกค้า
 - ให้อิสระกับลูกค้าในการตัดสินใจซื้อ

4. หลักของ SALESMANSHIP ข้อใดที่ทำให้เกิดมิตรภาพระหว่างพนักงานขายและลูกค้า
 - ก. การหยิ่งรู้
 - ข. ความตั้งใจ
 - ค. การเรียนรู้
 - ง. ความจริงใจ
 - จ. ยิ้มแย้มแจ่มใส
5. คุณลักษณะเฉพาะของแต่ละบุคคลในการปรับตัวต่อสภาพแวดล้อมตรงกับข้อใด
 - ก. คุณภาพ
 - ข. กายภาพ
 - ค. ศักยภาพ
 - ง. คุณสมบัติ
 - จ. บุคลิกภาพ
6. คุณลักษณะของพนักงานขายที่ดีที่ก่อให้เกิดความประทับใจแต่แรกเห็นตรงกับข้อใด
 - ก. เสื้อผ้า
 - ข. น้ำเสียง
 - ค. หน้าตาสวย
 - ง. การแต่งกาย
 - จ. ลักษณะท่าทาง
7. ข้อใดเรียงลำดับทฤษฎีแห่งความต้องการและความพึงพอใจได้ถูกต้อง
 - ก. ความต้องการ พฤติกรรม ความพึงพอใจ การตัดสินใจ
 - ข. พฤติกรรม ความต้องการ การตัดสินใจ ความพึงพอใจ
 - ค. ความพึงพอใจ การตัดสินใจ พฤติกรรม ความต้องการ
 - ง. การตัดสินใจ ความพึงพอใจ ความต้องการ พฤติกรรม
 - จ. ความต้องการ พฤติกรรม การตัดสินใจ ความพึงพอใจ

8. นายณัฐพงศ์ชอบที่จะชำระราคาแพง ๆ ยี่ห้อดัง ๆ ตรงกับความต้องการของมนุษย์ตามทฤษฎีการ
จิตใจของมาสโลว์ ข้อใด
- ก. ความต้องการความรัก
 - ข. ความต้องการการยอมรับ
 - ค. ความต้องการด้านร่างกาย
 - ง. ความต้องการความปลอดภัย
 - จ. ความต้องการความสำเร็จในชีวิต
9. ข้อใดเป็นกระบวนการขายที่พนักงานขายต้องนำประโยชน์ของผลิตภัณฑ์มาอธิบายให้ผู้มุ่งหวังทราบ
- ก. การแสวงหา
 - ข. การปิดการขาย
 - ค. การตอบข้อโต้แย้ง
 - ง. ผู้มุ่งหวังการเสนอขาย
 - จ. การเตรียมตัวก่อนเข้าพบ
10. กระบวนการขายข้อใดที่พนักงานขายนำมาใช้เพื่อให้ผู้มุ่งหวังตัดสินใจซื้อสินค้า
- ก. การจูงใจ
 - ข. การสาธิต
 - ค. การเสนอขาย
 - ง. การปิดการขาย
 - จ. การตอบข้อโต้แย้ง