

บทที่ 4

ผลการศึกษาและการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาปัจจัยแห่งความสำเร็จในกระบวนการขาย ผลิตภัณฑ์ ห้องปฏิบัติการในโรงพยาบาลของพนักงานขายดีเด่น ได้ทำการศึกษาโดยการสัมภาษณ์พนักงานขายดีเด่นของแต่ละบริษัทในปี 2543 เกี่ยวกับกลยุทธ์และเทคนิคใน กระบวนการขายของพนักงานขาย เพื่อหาปัจจัยแห่งความสำเร็จและสอบถามเกี่ยวกับปัญหาที่เกิดขึ้นในกระบวนการขาย การแก้ไขปัญหา ตลอดจนแนวทางการป้องกัน ไม่ให้ปัญหานั้นเกิดขึ้นอีกใน กระบวนการขาย โดยใช้พนักงานขาย

ในการสัมภาษณ์นั้นใช้แบบสอบถาม แบบปลายเปิด โดยมีเนื้อหาแบ่งออกเป็น 4 ส่วนคือ

- ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการขายผลิตภัณฑ์ห้องปฏิบัติการในโรงพยาบาล โดยใช้พนักงานขาย
- ขั้นตอนในกระบวนการขายโดยใช้พนักงานขาย
- ปัญหาที่เกิดขึ้นในกระบวนการขาย การแก้ไข และแนวทางป้องกันปัญหา
- ปัจจัยแห่งความสำเร็จในกระบวนการขายผลิตภัณฑ์ห้องปฏิบัติการใน โรงพยาบาล

4.1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการขายผลิตภัณฑ์ห้องปฏิบัติการในโรงพยาบาลโดยใช้พนักงานขาย

4.1.1 ลักษณะงานขายผลิตภัณฑ์ห้องปฏิบัติการในโรงพยาบาล

ลักษณะของงานขายโดยพนักงานขายคือ พนักงานขายจะได้รับการอบรมความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ทั้งหมดของบริษัทตลอดจนทักษะ กลยุทธ์และเทคนิคต่างๆ ในการขาย และได้รับมอบหมายพื้นที่ในความรับผิดชอบในการขายผลิตภัณฑ์ สำหรับพื้นที่นั้นรวมไปถึงการดูแลลูกค้าเก่าและหาลูกค้ารายใหม่ การวางแผนงานจะขึ้นอยู่กับขนาดของพื้นที่ในความรับผิดชอบ ถ้าพื้นที่มีขนาดใหญ่มากหรือมีจำนวนลูกค้ามากก็ใช้เวลาในการเข้าพบลูกค้า 1 เดือน/ครั้ง แต่พื้นที่มีขนาดเล็กหรือมีลูกค้าน้อยรายสามารถเดินทางได้สะดวกจะใช้เวลาในการเข้าพบเป็น 2 สัปดาห์ต่อครั้ง พนักงานขายทำงานในขั้นตอนกระบวนการขายโดยใช้พนักงานขายด้วยตัวเองทั้งหมด และยังมีทีมที่ช่วยสนับสนุนจากทางบริษัท คือ ผู้เชี่ยวชาญผลิตภัณฑ์ ผู้จัดการผลิตภัณฑ์ หัวหน้าพนักงานขาย และทีมช่างในการให้บริการหลังการขาย ดังนั้น พนักงานขายเป็นฝ่ายที่ประสานงานระหว่าง

ลูกค้า ผู้มุ่งหวัง และบริษัทโดยตรง พนักงานขายที่มีประสิทธิภาพสามารถเป็นเครื่องมือในการแข่งขันของบริษัทได้ดี กลยุทธ์ทางการตลาดสามารถจำแนกรายละเอียดต่างๆ ได้ดังนี้

4.1.2 ด้านผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้อง คือ ผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในห้องปฏิบัติการในโรงพยาบาลใช้ในงานด้านการบริการเทคนิคการแพทย์ เกี่ยวข้องกับงานวิเคราะห์โรค หาสาเหตุการเกิดโรคจากสิ่งส่งตรวจจากคนไข้ และให้บริการตรวจสุขภาพในบุคคลทั่วไป ผลิตภัณฑ์ประกอบไปด้วย น้ำยาวิเคราะห์โรคและเครื่องมือทางห้องปฏิบัติการ ซึ่งสามารถแบ่งกลุ่มได้จากลักษณะของงานดังนี้

- งานด้านภูมิคุ้มกันวิทยา
- งานด้านเคมีคลินิก
- งานด้านจุลชีววิทยา
- งานด้านโลหิตวิทยา

ในส่วนของน้ำยาวิเคราะห์โรคนั้นมีทั้งใช้ร่วมกับเครื่องมือทางห้องปฏิบัติการ และสามารถใช้ได้โดยเอกเทศ โดยผลิตภัณฑ์ทั้งหมดจะมีการพัฒนา ค้นคว้า วิจัย การผลิตและนำเข้าจากต่างประเทศ

4.1.3 ด้านราคา

ในการกำหนดราคาของผลิตภัณฑ์นั้น ทางบริษัทที่อยู่ประเทศไทยเป็นผู้บริการจัดการกิจกรรมทางการตลาด และเป็นผู้กำหนดราคาของผลิตภัณฑ์ต่างๆ กลยุทธ์ในการกำหนดราคานั้นอ้างอิงได้จากราคาตลาด ราคาคู่แข่ง และต้นทุนในการดำเนินงาน ซึ่งแต่ละบริษัทจะกำหนดราคามาตรฐานไว้ ในการให้ส่วนลดแก่ลูกค้า ขึ้นอยู่กับนโยบายของแต่ละบริษัทที่จะมอบหมายและให้สิทธิแก่พนักงานขายนำมาใช้ในการแข่งขันได้ สามารถรวบรวมปัจจัยในการกำหนดราคาได้ดังนี้

- ปริมาณการซื้อต่อปี
- ปริมาณการใช้ผลิตภัณฑ์ในสายผลิตภัณฑ์อื่นๆ ของบริษัท
- อิทธิพลและอำนาจการเจรจาต่อรองของลูกค้าแต่ละราย
- การที่บริษัทต้องลงทุนเครื่องมือทางห้องปฏิบัติการเพื่อใช้กับน้ำยาวิเคราะห์โรคให้กับห้องปฏิบัติการ โรงพยาบาลนั้นๆ
- สามารถนำไปใช้เป็นแหล่งอ้างอิงได้หรือไม่
- อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ

4.1.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด

ใช้การขายโดยใช้พนักงานขายเป็นประเด็นสำคัญ เพราะผลิตภัณฑ์ทางห้องปฏิบัติการโรงพยาบาล ทางกระทรวงสาธารณสุขห้ามมีการโฆษณา และแต่ละผลิตภัณฑ์มีเทคโนโลยีพัฒนา

สม่ำเสมอ จึงต้องใช้พนักงานขายในการให้ข้อมูล และนำเสนอ โดยมีการแบ่งพื้นที่ในความรับผิดชอบการขายของแต่ละบริษัท คือ

1. เขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล
2. เขตต่างจังหวัด

โดยจะมีการแบ่งโครงสร้างองค์กรที่ชัดเจนในการบริหาร ในแต่ละเขตการขาย พบว่าการกระจายเขตการขายนั้นขึ้นอยู่กับขนาดของบริษัท ปริมาณความหนาแน่นของลูกค้า จำนวนผลิตภัณฑ์ในสายผลิตภัณฑ์ และลักษณะของผลิตภัณฑ์ว่าต้องการให้ความสำคัญในการให้รายละเอียดมากหรือน้อยเพียงใด โดยพนักงานขายจะรับผิดชอบในการดูแลลูกค้าเก่าเพื่อให้ทำการซื้อซ้ำหรือซื้อผลิตภัณฑ์รายใหม่ และมองหาลูกค้ารายใหม่เข้ามาเพิ่มภายในพื้นที่ที่ได้รับมอบหมายจากทางบริษัท

4.1.5 ด้านการจัดจำหน่าย

ธุรกิจผลิตภัณฑ์ห้องปฏิบัติการโรงพยาบาล ส่วนมากใช้ช่องทางตรงจากบริษัทสู่ลูกค้า โดยตรงเป็นส่วนใหญ่ เหตุผลคือ ผลิตภัณฑ์จะมีการพัฒนา คิดค้น และผลิตจากต่างประเทศในการขายจำเป็นต้องใช้พนักงานขายในการให้ข้อมูลรายละเอียดต่างๆ ที่ลึกซึ้ง จึงต้องมีการขายตรงสู่ลูกค้า และมีเพียงส่วนน้อยในบางผลิตภัณฑ์ที่ใช้การผ่านคนกลางหนึ่งระดับไปสู่ลูกค้า เนื่องจากพื้นที่ที่อยู่ห่างไกล จึงยังต้องอาศัยคนกลางรวบรวมสินค้าจากบริษัทต่างๆ แล้วนำสู่ผู้บริโภค แต่สินค้าเป็นผลิตภัณฑ์ที่ต้องการให้ข้อมูลต่างๆ แก่ลูกค้าโดยละเอียด การผ่านคนกลางนั้นจึงสามารถทำได้ในเฉพาะบางผลิตภัณฑ์เท่านั้น

4.1.6 กลุ่มลูกค้า

ลูกค้าและผู้มุ่งหวังของบริษัทอยู่ในงานบริการเทคนิคการแพทย์ นั่นก็คือนักเทคนิคการแพทย์ในหน่วยงานโรงพยาบาลรัฐบาล โรงพยาบาลเอกชน และสถานตรวจสุขภาพต่างๆ ในการตัดสินใจเลือกซื้อนั้นขึ้นอยู่กับการบริหารการจัดการของแต่ละโรงพยาบาล สามารถจำแนกได้คือ

1. หัวหน้างานบริการเทคนิคการแพทย์
2. นักเทคนิคการแพทย์ ผู้ใช้ผลิตภัณฑ์
3. คณะกรรมการของงานบริการเทคนิคการแพทย์
4. คณะกรรมการของโรงพยาบาล
5. ผู้อำนวยการโรงพยาบาล

การพิจารณาเลือกซื้อนั้นขึ้นอยู่กับ ราคา เทคโนโลยี ชนิดของผลิตภัณฑ์ ปริมาณการสั่งซื้อ การบริการหลังการขาย และการแข่งขันในกลุ่มผลิตภัณฑ์นั้น

4.1.7 บริษัทคู่แข่ง

บริษัทที่เป็นคู่แข่งในแต่ละสายผลิตภัณฑ์นั้นจะมีผู้นำเข้ามาไม่มากรายนักและมักจะเป็นบริษัทที่แข่งขันกันในตลาดโลก เหมือนกับประเทศอื่นๆ ในแต่ละบริษัท ก็มีพนักงานขายสินค้า เช่นเดียวกับกับ บริษัท อื่นๆ ในธุรกิจนี้ การแข่งขันที่พบนั้น จะแข่งขันกันด้วยพัฒนาการของผลิตภัณฑ์ และความรู้ คุณภาพทางวิชาการและการให้บริการหลังการขาย ความสำคัญของพนักงานขายต่อธุรกิจจำหน่ายผลิตภัณฑ์ห้องปฏิบัติการในโรงพยาบาล

จากการศึกษาพบว่าพนักงานขายมีความสำคัญต่อธุรกิจนี้ดังต่อไปนี้

- บริษัทได้ข้อมูลที่ต้องการในการให้บริการแก่ลูกค้าและในการคัดเลือกแสวงหาผู้มุ่งหวังรายใหม่
- สามารถอธิบายในรายละเอียดของข้อมูลของผลิตภัณฑ์ที่ต้องการ ครบถ้วนและชัดเจน
- เกิดการสื่อสาร 2 ทาง ระหว่างลูกค้า และบริษัท
- รับรู้ ตรวจสอบ ความต้องการของลูกค้า ความพึงพอใจตลอดจนปัญหาต่างๆ ของลูกค้าและผู้มุ่งหวังได้ดี
- สามารถสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างลูกค้ากับบริษัทได้ดี
- สามารถตอบสนองการให้บริการได้ทันเวลาที่
- การให้บริการและดูแลหลังการขาย สามารถสร้างความภักดีจากลูกค้าได้ (Brand Royalty)
- สามารถพัฒนาพนักงานเป็นอาวุธในการแข่งขันได้
- ผลิตภัณฑ์ด้านสาธารณสุขห้ามโฆษณา การกระจายข้อมูลและอธิบายตัวสินค้า พนักงานขายเข้าตรงเป้าได้ดี

4.2 ข้อมูลเกี่ยวกับขั้นตอนในกระบวนการขายโดยใช้พนักงานขาย

ทำการศึกษาโดยการสัมภาษณ์พนักงานขายดีเด่นของแต่ละบริษัทในปี 2543 รายละเอียดของพนักงานขายและผลิตภัณฑ์ของบริษัทที่มีจำหน่าย ดังแสดงในภาคผนวก ก

4.2.1 พนักงานขายคนที่ 1

พนักงานขายได้รับรางวัล Top Sales in year 1998,2000 ประสบการณ์งานขาย 9 ปี สินค้าที่จำหน่าย น้ำยาวิเคราะห์โรคทางเคมีคลินิก (Clinical Chemistry Reagent) และเครื่องตรวจวิเคราะห์ทางเคมีคลินิก โดยน้ำยานั้นจะมีราคาถูกกว่าท้องตลาด และสามารถใช้น้ำยานี้ได้กับเครื่องตรวจวิเคราะห์ทางเคมีได้หลายบริษัทในตลาด เขตการขายที่รับผิดชอบ ภาคเหนือตอนบน

1. ข้อมูลเกี่ยวกับขั้นตอนในกระบวนการขายโดยใช้พนักงานขาย

ขั้นตอนที่ 1 การแสวงหาลูกค้าและการกำหนดคุณสมบัติของลูกค้า (Prospecting and Qualifying)

คำถาม คุณจะมีวิธีการคัดเลือกและกำหนดคุณสมบัติของลูกค้าผู้ที่จะเป็นลูกค้าอย่างไรบ้าง

ในส่วนของการแสวงหาลูกค้าและกำหนดคุณสมบัติของลูกค้า

เริ่มต้นนั้นจะต้องศึกษาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สำหรับห้องปฏิบัติการในโรงพยาบาล

ทั้งหมดที่มี ในบริษัทก่อน จากนั้นก็จะสามารถกำหนด คุณสมบัติของลูกค้าที่จะซื้อได้ จะใช้

หลักเกณฑ์การแบ่งส่วนตลาดมาช่วย เช่นการจำแนกตามขนาดของโรงพยาบาล ว่ามีขนาดการให้บริการคนไข้กี่เตียง ความสามารถและความต้องการ ในการซื้อรวมถึง มีอำนาจในการตัดสินใจ แล้วสามารถเลือกโรงพยาบาลที่จะเป็นลูกค้าในแต่ละกลุ่มผลิตภัณฑ์ได้

ขั้นตอนที่ 2 การเตรียมการก่อนเข้าพบลูกค้า (Preapproach)

คำถาม การเตรียมการต่างๆ ก่อนเข้าพบลูกค้า คุณมีวิธีการเตรียมตัวและหาข้อมูลต่างๆ ที่จะนำมาใช้

ในการเสนอขายอย่างไร

เพื่อต้องการหาข้อมูลของผู้มุ่งหวังให้มากที่สุด และหาข้อมูลต่างๆ ที่จำเป็นในการวางแผนในการเสนอขาย โดยรายละเอียดของข้อมูลที่ต้องการนั้นมีดังนี้คือมีกระบวนการขั้นตอนในการตัดสินใจซื้ออย่างไรบ้าง จะตัดสินใจเมื่อไร ใครเป็นผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจในการสั่งซื้อ รายละเอียดข้อมูลต่างๆ ข้อมูลอื่นเป็นประโยชน์ต่างๆที่ช่วยการวางแผนการเสนอขาย มีคู่แข่งชั้นรายใดเข้ามาเสนอบ้าง ข้อเสนอด้านราคา และมีเงื่อนไขอย่างไร การรวบรวมข้อมูลนั้นจะเก็บรวบรวมข้อมูลเบื้องต้นจากคนรอบข้างของผู้มุ่งหวังและประวัติจากเพิ่มข้อมูลของบริษัทที่ได้จัดทำไว้ เมื่อรวบรวมได้มากที่สุดแล้วก็จะเข้าพบผู้มุ่งหวังโดยตรง เพื่อตรวจสอบเช็คข้อมูลเพิ่มเติม ตลอดจนสร้างความสัมพันธ์ ความคุ้นเคยไว้ เพื่อปูทางการกลับมาเสนอขายอีกครั้งหนึ่ง อุปกรณ์การขายที่

เป็นพื้นฐานในการเตรียมมีดังนี้ รูปภาพ แผ่นโฆษณา (Catalog and Brochure) รายละเอียดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ (Specification) เอกสารงานวิจัยทางวิชาการ (Journal) ใบรายนามลูกค้าเพื่อใช้เป็นแหล่งอ้างอิงใน บางครั้งทางบริษัทจะต้องมีการลงทุนด้านเครื่องมือทางห้องปฏิบัติการให้กับผู้มุ่งหวังซึ่งจะซื้อเฉพาะน้ำยาตรวจวิเคราะห์โรคหรือผลิตภัณฑ์ที่ใช้กับเครื่องมือดังกล่าว จึงต้องมีการวิเคราะห์ต้นทุนทุกครั้งก่อนที่จะการเสนอราคาและเงื่อนไข นำข้อมูลทั้งหมด เช่น ข้อมูลว่าลูกค้าจะมีปริมาณการสั่งซื้อเท่าไรต่อเดือน มีแนวโน้มยอดซื้อเพิ่มขึ้นหรือไม่ มาวิเคราะห์ต้นทุนจุดคุ้มทุนก่อนเสนอจัดเตรียมเอกสารให้ถูกต้อง แล้วรีบจัดส่งให้ลูกค้าภายในเวลาที่รวดเร็ว จากนั้นก็จะติดตามเข้าไปทำการเสนอขายในเวลาอันใกล้เคียง

ขั้นตอนที่ 3 การเข้าพบลูกค้า (Approach)

คำถาม คุณมีวิธีการเข้าพบลูกค้าอย่างไรบ้าง

ผู้ที่มีความอดทนอดกลั้นใจส่วนมากมักจะเป็นหัวหน้าห้องปฏิบัติการ หรือหัวหน้างานนั้นๆ ของโรงพยาบาล ในขั้นตอนการเข้าพบจึงไม่ยุ่งยากมาก สามารถจะขอเข้าพบได้โดยตรง ซึ่งก่อนการเข้าพบจะมีการนัดหมายล่วงหน้าทางโทรศัพท์ เพื่อความพร้อม ความสะดวกในการให้เข้าพบ และมักจะเคยมีการเข้าพบผู้มุ่งหวังแบบสำรวจมาครั้งหนึ่งแล้ว การเข้าพบครั้งนี้จะเตรียมตัวให้พร้อมในการเข้าพบเพื่อทำการเสนอขาย จะกระตุ้นผู้มุ่งหวังให้มีความสนใจในการให้เข้าพบ และหาวิธีในการเปิดการขาย จะแต่งกายที่เรียบร้อย สะอาด เพื่อเป็นการให้เกิดจิตต่อผู้มุ่งหวังสร้างความประทับใจในการเข้าพบ สร้างทัศนคติที่ดีและมีความเชื่อมั่นต่อนักขาย ทำให้เกิดความรู้สึกอยากจะสนทนาด้วย เป็นต้น

ขั้นตอนที่ 4 การเสนอขาย (Presentation) และการสาธิต (Demonstration)

คำถาม คุณใช้กลยุทธ์และเทคนิคอะไรในการนำมาใช้เสนอขายหรือสาธิตผลิตภัณฑ์

ต้องนำเสนออธิบายให้เข้าใจ ชัดเจน สามารถเชื่อมโยงประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการได้ หรืออธิบายได้ว่าผลิตภัณฑ์จะสามารถสนองความต้องการและแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นได้อย่างไร สร้างความเชื่อถือโดยใช้หลักฐานที่มีเอกสารทางวิชาการมาอ้างอิง ประกอบในการขาย มีการศึกษาความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของตนเองและของกลุ่มแข่งให้มีความเชี่ยวชาญและแม่นยำมากๆ ในการอธิบายและตอบข้อซักถาม ต้องเตรียมให้พร้อมก่อนเข้าพบ เตรียมเอกสารความรู้ ข้อมูลคู่แข่งและลูกค้า เอกสารทางวิชาการทุกอย่าง ให้ครอบคลุม ตรงกับปัญหาและความต้องการของผู้มุ่งหวัง บางครั้งผู้มุ่งหวังมีพื้นฐานความรู้แตกต่างกันในแต่ละคน การนำเสนอจะปรับให้เหมาะสมกับสถานการณ์ ตรงตามที่ผู้มุ่งหวังต้องการ หรือเน้นที่ความชอบเป็นพิเศษ เช่น ชอบความสะดวกสบาย วิธีการใช้ไม่ยุ่งยากต้องพูดให้เห็นภาพว่าใช้ของเราแล้วไม่ยุ่งยากเลย อาจไม่

จำเป็นต้องพูดความรู้ผลิตภัณฑ์ทุกอย่างที่เตรียมมา เลือกว่านำเสนอตามสถานการณ์ขณะนั้น จึงต้องให้ความสำคัญด้านเชี่ยวชาญความรู้ด้านผลิตภัณฑ์หลายๆ เนื่องจากลักษณะผลิตภัณฑ์ที่นำเสนอ จะให้ความสำคัญเรื่องการควบคุมคุณภาพ มักจะเกิดปัญหาเล็กๆ น้อยๆ ขึ้นเสมอ ความแม่นยำและเชี่ยวชาญด้านผลิตภัณฑ์ของเรา จะทำให้ผู้ใช้ผลิตภัณฑ์เกิดความมั่นใจว่าถ้ามีการใช้ผลิตภัณฑ์นั้นแล้วจะไม่เกิดปัญหา หรือสามารถแก้ปัญหาให้ลุล่วงได้โดยง่าย

ขั้นตอนที่ 5 การขจัดข้อโต้แย้ง (Handling Objections)

คำถาม ถ้าผู้มุ่งหวังเกิดข้อโต้แย้งขึ้นมา แล้วคุณจะมีวิธีการใดในการขจัดข้อโต้แย้งที่เกิดขึ้น

ข้อโต้แย้งจากผู้มุ่งหวังมักจะเกิดขึ้นในการเสนอขายเสมอ เนื่องจากสินค้าของทางบริษัทจะเป็นสินค้าใหม่ๆ ซึ่งราคาต่ำกว่าของคู่แข่ง ลูกค้ายังไม่ค่อยกล้าเปลี่ยนมาใช้ อาจต้องแสดงใบรับรองจากองค์กรควบคุมคุณภาพจากลูกค้ารายอื่นๆ ที่ส่งไปตรวจ หรือติดต่อทางโทรศัพท์ให้ผู้มุ่งหวังซักถามโดยตรงลูกค้าอ้างอิงรายอื่นๆ ที่น่าเชื่อถือได้ อาจจะทำให้ทดลองใช้สินค้าตัวอย่างฟรี ก็สามารถสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้มุ่งหวังได้ จะใช้เวลาที่รวดเร็ว ในการจัดการกับปัญหาหรือข้อโต้แย้งที่เกิดขึ้นและจะเพิ่มความถี่ในการเข้าพบเพื่อติดตามการเสนอขาย เพื่อหาจังหวะในการปิดการขายให้ได้เร็วที่สุด การขจัดข้อโต้แย้งนั้น สามารถพัฒนาให้เกิดประสบการณ์ ความเชี่ยวชาญได้ เนื่องจากลักษณะของผลิตภัณฑ์ คุณประโยชน์ ความต้องการจากผลิตภัณฑ์ที่ขายนั้นมีความคล้ายคลึงกัน ข้อซักถามและข้อโต้แย้งที่เกิดขึ้นในผู้มุ่งหวังแต่ละราย อาจจะไม่คล้ายคลึงกัน สามารถฝึกให้เกิดความชำนาญและตอบอย่างเชื่อมั่นได้ ก็จะเกิดความเชื่อถือ และสามารถขจัดข้อโต้แย้งได้ในที่สุด

ขั้นตอนที่ 6 การปิดการขาย (Sales Closing)

คำถาม จากประสบการณ์ที่ผ่านมา คุณมีวิธีการปิดการขายอย่างไรที่มีประสิทธิภาพ และเป็นวิธีที่นำมาใช้เสมอๆ

ระหว่างการนำเสนอขาย การขจัดข้อโต้แย้ง และการเจรจาต่อรองต่างๆ ถ้าทำได้ดีแล้วจะพยายามปิดการขายทุกครั้งเมื่อมีโอกาสเมื่อพบสัญญาณซื้อจากผู้มุ่งหวังเช่น ดูท่าทีความต้องการ ความสนใจตัวสินค้า หรือการต่อรองราคา ต้องอาศัยประสบการณ์ที่ผ่านมา ทักษะและการเรียนรู้ นำเทคนิค กลยุทธ์มาเลือกใช้ให้เหมาะสมกับผู้มุ่งหวังแต่ละราย โดยที่เมื่อสามารถขจัดข้อโต้แย้งได้หมดแล้วและเจรจาต่อรองเงื่อนไขให้ผู้มุ่งหวังเกิดความพึงพอใจก็จะถึงเวลาที่ปิดการขายได้ การปิดการขายมักจะมาควบคู่กันกับการขจัดข้อโต้แย้งให้ผู้มุ่งหวังได้เสมอ ในช่วงเวลาที่ผู้มุ่งหวังใกล้จะพิจารณาตัดสินใจเลือกซื้อแล้ว จะเพิ่มความถี่ในการเข้าพบจนสามารถขจัดข้อโต้แย้งได้หมดและปิดการขายได้สำเร็จในที่สุด เทคนิคที่นำมาใช้ในการปิดการขายบ่อยๆคือ

- การทบทวนจุดขาย พูดเน้นย้ำ จุดที่ผู้มุ่งหวัง มีความต้องการ หรือ พึงพอใจมากกว่าของกลุ่มแข่งขัน
- ถามคำสั่งซื้อตรงๆ ถ้าผู้มุ่งหวังยังลังเล หรือจะเลื่อนการตัดสินใจ
- ทดลองสั่ง มาใช้อาจเสนอ ส่วนแถมในการสั่งครั้งแรก
- ให้ข้อเสนอพิเศษ อาจขอบริษัทช่วยลดเงื่อนไขการติดตั้งเครื่องฟรีให้กับลูกค้า

ขั้นตอนที่ 7 การติดตามผลและการรักษาลูกค้า (Follow-up and Maintenance)

คำถาม เมื่อปิดการขายได้แล้ว คุณมีวิธีการดูแลลูกค้าหลังการขายอย่างไร ให้ลูกค้ามีความพึงพอใจ และใช้สินค้าเราต่อไปเรื่อยๆ

วิธีการก็คือให้ความสนใจเรื่องรายละเอียดหลังจากการปิดการขายทุกขั้นตอน ให้ความสนใจ เรียนรู้ เรื่องความรู้ผลิตภัณฑ์ในเชิงลึกที่ละเอียด ทั้งในด้านเครื่องมือและน้ำยาตรวจวิเคราะห์โรค เพื่อที่จะสามารถช่วยลูกค้าแก้ปัญหาทางโทรศัพท์ได้ ทำให้แก้ปัญหาได้รวดเร็วและอาจไม่ต้องเข้าไปด้วยตนเอง เพิ่มความละเอียดในการสอนการใช้งานในช่วงเริ่มต้นมาก จนกระทั่งลูกค้าสามารถใช้งานได้อย่างชำนาญ จะใช้การทำงานทางโทรศัพท์เข้ามาช่วยในการดูแลลูกค้า หมั่นเข้าพบลูกค้าสร้างความสัมพันธ์ระยะยาวกับลูกค้า การบริการหลังการขายมีความสำคัญมากในการสร้างเป็นกำแพงเกราะป้องกัน คู่แข่งขันเข้ามาโจมตีได้ การบริการหลังการขายที่ดีมักนำมาเป็นจุดขายได้ และการบริการหลังการขายสามารถสร้างชื่อเสียงให้กับตัวเราได้เช่นกัน

2. ปัญหาที่เกิดขึ้นในกระบวนการขาย การแก้ไข และแนวทางป้องกันปัญหา

คำถาม ช่วยอธิบายถึงปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นในกระบวนการขายของคุณ และคุณมีวิธีแก้ปัญหาพร้อมทั้งแนวทางการป้องกัน ไม่ให้เกิดปัญหานั้นอีกได้อย่างไร

พบปัญหาเงื่อนไขการลงทุนติดตั้งเครื่องมือทางห้องปฏิบัติการให้ลูกค้าใช้ร่วมกับน้ำยาวิเคราะห์โรคนั้น บริษัทตั้งเงื่อนไขสูงเกินกว่าที่ผู้มุ่งหวังจะอยู่ในเกณฑ์ การแก้ไขมีดังนี้

-จะศึกษาข้อมูลผู้มุ่งหวังโดยละเอียด และพิจารณาถึงแนวโน้มในอนาคต ถ้ามีแนวโน้มที่ดีขึ้นจะนำเสนอข้อมูลกับทางบริษัทเพื่อให้ทางบริษัทลดหย่อนเงื่อนไขและเกณฑ์การพิจารณาให้เหมาะสมกับผู้มุ่งหวังรายนั้นๆ รวมถึงการเจรจาต่อรองกับผู้มุ่งหวัง ในมาตรฐานราคาที่กำหนดกับปริมาณการสั่งซื้อที่บริษัทกำหนดเงื่อนไขไว้ อาจขอเพิ่มราคาสินค้าบางรายการ ถ้าอนาคตปริมาณการสั่งซื้อเพิ่มขึ้นถึงเกณฑ์ของบริษัทแล้ว ก็จะลดราคามาที่ราคารมาตรฐาน

พบปัญหาพื้นที่เขตการขาย จำนวนลูกค้ามีมาก การเสนอขายและการให้บริการหลังการขาย ทำอย่างไรให้มีประสิทธิภาพเต็มที่ การแก้ไขปัญหาคือ

- จะวางแผนการทำงานให้มีประสิทธิภาพ โดยคัดเลือกงานที่จำเป็นและเร่งด่วนก่อน เรียงลำดับคัดเลือกตามความสำคัญ ใช้การทำงานทางโทรศัพท์แทนการเข้าพบบ้าง ทำให้สามารถเข้าพบและเยี่ยมลูกค้าได้ครบตามที่ได้วางแผนไว้ ใช้รอบระยะเวลาที่เข้าพบมีที่สม่ำเสมอ ลูกค้าจะรู้สึกได้ถึงความสม่ำเสมอ เช่นการเข้าพบทุกๆต้นเดือน เป็นต้น

3. ปัจจัยแห่งความสำเร็จในกระบวนการขายโดยใช้พนักงานขาย

คำถาม กลยุทธ์และเทคนิคพิเศษที่ท่านมักจะนำมาใช้แล้ว สามารถช่วยให้การขายประสบผลสำเร็จได้ อาจจะเป็นความสามารถ บุคลิกเฉพาะตัว ที่คุณคิดว่าคุณทำได้ดีกว่าคนอื่น

การเรียนรู้ด้านผลิตภัณฑ์ มีการนำเสนอข้อมูลอย่างถูกต้องและมีประสิทธิภาพ เกิดความเข้าใจที่ถูกต้อง ความเชื่อมั่นในผลิตภัณฑ์ ศึกษากระบวนการจัดซื้อขึ้นตอนต่างๆ ของลูกค้าได้อย่างดี และรับทราบถึงระบบบริหารการจัดการของบริษัททั้งหมด จึงไม่สร้างปัญหา หรือเพิ่มงานให้กับลูกค้า ลูกค้าจึงทำงานได้สะดวกขึ้นและมีความไว้วางใจในการให้บริการ

มีบุคลิกภาพของนักขายที่ดีโดยมีการแต่งกายที่สะอาด มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี รักษาคำพูดต่างๆ ตามที่ได้รับปากกับลูกค้าไว้แล้ว สร้างความประทับใจในการให้บริการต่างๆ ที่รวดเร็ว มีประสิทธิภาพ สามารถนำเสนอต่อลูกค้าได้ตรงเวลา ถูกต้อง และครบถ้วน สามารถเน้นถึงคุณภาพ คุณประโยชน์ และบริการหลังการขายอื่นๆ ตลอดจนการรักษาจรรยาบรรณของนักขาย ก่อให้เกิดความเชื่อมั่นในตัวพนักงานขายได้

การวิเคราะห์หาความต้องการที่แท้จริงของลูกค้ามีความแม่นยำ เช่นมองลูกค้าว่าต้องการอะไร มีบางปัญหาที่ลูกค้ามองข้ามไปเราช่วยแก้ไขได้ การเตรียมการวางแผนอย่างมีประสิทธิภาพในการนำเสนอขายทั้งในการจัดเตรียมข้อมูล อุปกรณ์การนำเสนอและข้อต่อรองต่างๆ ในการเจรจาที่จะเกิดขึ้นเมื่อได้เข้าทำการเสนอขาย สามารถนำเสนอสิ่งที่ผู้มุ่งหวังต้องการได้ตรงเป้าหมาย ลูกค้าแต่ละรายมีความต้องการที่แตกต่างกัน ต้องสามารถอ่านใจให้ได้ออก ใช้กลยุทธ์ต่างๆ ได้เหมาะสม กับสถานการณ์

4.2.2 พนักงานขายคนที่ 2

พนักงานขายได้รับรางวัล Top Sales in year 2000,2001 ประสบการณ์งานขาย 7 ปี สินค้าที่จำหน่าย นำยาตรวจทางภูมิคุ้มกันวิทยา (Blood Virus Testing) ใช้งานกับเครื่องตรวจวัดแบบอัตโนมัติ มีคู่แข่งในตลาด ประมาณ 5 บริษัท การแข่งขันจึงค่อนข้างรุนแรง ไม่ใช่ผู้นำตลาด และยังมีนำยาตรวจวัดแบบด่วน (Rapid Test) ใช้ได้โดยไม่ต้องใช้ร่วมกับเครื่องมือใดๆ สามารถซื้อและอ่านผลด้วยตาเปล่าได้ เขตการขายที่รับผิดชอบ คือเขตภาคเหนือ (ต่างจังหวัด)

1. ข้อมูลเกี่ยวกับขั้นตอนในกระบวนการขายโดยใช้พนักงานขาย

ขั้นตอนที่ 1 การแสวงหาลูกค้าและการกำหนดคุณสมบัติของลูกค้า

คำถาม คุณจะมีวิธีการคัดเลือกและกำหนดกำหนดคุณสมบัติของผู้ที่จะเป็นลูกค้าอย่างไรบ้าง

การเริ่มต้นนั้นจะต้องศึกษาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ทั้งหมดที่มี ในบริษัทก่อน เมื่อรู้จักตัวผลิตภัณฑ์แล้วก็จะมองออกว่าใครที่มีความต้องการผลิตภัณฑ์นี้ จากนั้นก็สามารถกำหนดหลักเกณฑ์การแบ่งส่วนตลาดคัดเลือกหาผู้ที่มีคุณสมบัติเหมาะสมที่จะซื้อได้

ขั้นตอนที่ 2 การเตรียมการก่อนเข้าพบลูกค้า

คำถาม การเตรียมการต่างๆ ก่อนเข้าพบลูกค้า คุณมีวิธีการเตรียมตัวและหาข้อมูลต่างๆ ที่จะนำมาใช้ในการเสนอขายอย่างไร

ทำโดยการหาข้อมูลของผู้มุ่งหวังให้มากที่สุด หาข้อมูลเพื่อการพิจารณาว่าผู้มุ่งหวังอยู่ในเกณฑ์ที่ควรเข้าพบเสนอขายหรือไม่ และข้อมูลที่จำเป็นในการวางแผนเพื่อการเสนอขายเช่น มีความต้องการจริงหรือเปล่า มีศักยภาพในการซื้อหรือไม่ ใครเป็นผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจ ใครเป็นคนตัดสินใจ คนสุดท้ายในการสั่งซื้อ มีกระบวนการขั้นตอนในการตัดสินใจซื้ออย่างไรบ้าง จะตัดสินใจเมื่อไร มีคู่แข่งรายใดบ้าง การรวบรวมข้อมูลนั้นสามารถหาได้จากคนรอบข้างของผู้มุ่งหวัง และเข้าพบผู้มุ่งหวังโดยตรง เพื่อสร้างความสัมพันธ์ ความคุ้นเคยไว้ จากนั้นจะมีการเตรียมการและวางแผนเพื่อเข้าเสนอขายต่อไปจะใช้อุปกรณ์การขายดังต่อไปนี้ คือรูปภาพ แผ่นโฆษณา รายละเอียดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ใบเสนอราคาพร้อมเงื่อนไขประกอบ เอกสารยืนยันทางวิชาการ ใบรายนามลูกค้าเพื่อใช้เป็นแหล่งอ้างอิง เอกสารเปรียบเทียบผลิตภัณฑ์กับผลิตภัณฑ์อื่นในตลาด เพิ่มการนำเสนอ เป็นต้น

ขั้นตอนที่ 3 การเข้าพบลูกค้า

คำถาม คุณมีวิธีการเข้าพบลูกค้าอย่างไรบ้าง

ก่อนการเข้าพบจะมีการนัดหมายล่วงหน้าทางโทรศัพท์ เพื่อความสะดวกในการให้เข้าพบจะต้องสามารถสร้างความประทับใจและเปิดใจเพื่อปูทางไปสู่การเสนอขายได้ จะทำให้ผู้มุ่งหวังมีความรู้สึกที่เรามาพบเพื่อนำสิ่งที่ประ โยชน์มาให้และรู้สึกถึงความคุ้มค่าที่ได้พบ

ขั้นตอนที่ 4 การเสนอขาย และการสาธิต

คำถาม คุณใช้กลยุทธ์และเทคนิคอะไรในการนำมาใช้เสนอขายหรือสาธิตผลิตภัณฑ์

เราต้องเริ่มต้นพูดถึงปัญหาหรือความต้องการของผู้มุ่งหวังเพื่อเปิดการขาย อธิบายถึงลักษณะของผลิตภัณฑ์ก่อน จากนั้นเชื่อมโยงประโยชน์ที่จะได้รับ และสามารถตอบสนองความต้องการได้อย่างไรพยายามอธิบายให้เข้าใจง่ายๆ เทคนิคและกลยุทธ์ในการนำเสนอแตกต่างกันไป ขึ้นอยู่กับลักษณะสถานการณ์ ต้องเตรียมเตรียมความพร้อมในด้านข้อมูลผู้มุ่งหวังและ ความรู้ทางวิชาการ ของสินค้าเราให้แตกฉาน บางครั้งการนำเสนอขายอธิบาย ในครั้งแรกนั้นอาจจะนำเสนอใน

รายละเอียดไม่ลึกซึ้งมาก เพื่อให้ผู้มุ่งหวังมองภาพโดยรวมได้ ติดตามการนำเสนอข้อมูลเบื้องต้นได้ทั้งหมด จากนั้นครั้งต่อไป การนำเสนอสามารถเพิ่มรายละเอียดที่ซับซ้อนได้ดีกว่า อีกทั้งคิดว่าการเข้าพบบ่อยๆ นั้นสามารถสร้างความสัมพันธ์ได้ดี และผู้มุ่งหวังจะเข้าใจข้อมูลได้ละเอียด ลึกซึ้งดี กว่าการนำเสนอเพียงครั้งเดียว

ขั้นตอนที่ 5 การขจัดข้อโต้แย้ง

คำถาม ถ้าผู้มุ่งหวังเกิดข้อโต้แย้งขึ้นมา แล้วคุณจะมีวิธีการใดในการขจัดข้อโต้แย้งที่เกิดขึ้น

การขจัดข้อโต้แย้งจากผู้มุ่งหวังนั้นถ้าการเสนอขายที่ชัดเจน ก็จะลดลงได้ ต้องตอบให้ตรงประเด็นและน่าเชื่อถือ อ้างอิงเชิงวิชาการที่สามารถพิสูจน์ได้ ลูกค้าน่าจะพึงพอใจ มักจะให้ความสนใจในทุกๆ ข้อโต้แย้ง แต่ต้องพิจารณาให้คิดว่าข้อโต้แย้งนั้นจริงหรือเท็จ เช่นเป็นการบายเบี่ยงปฏิเสธ ยังไม่ยอมขายได้สินค้า เราก็คงไปก่อนไม่เข้าซื้อ หรือไม่เข้าใจสิ่งที่เราอธิบาย อาจอธิบายซ้ำ ยกตัวอย่างที่ใกล้ตัว ก็จะเข้าใจได้ง่ายขึ้น ทำให้ผู้มุ่งหวังจะรับรู้ถึงความกระตือรือร้น ความตั้งใจในการขจัดข้อโต้แย้ง ต้องไม่แสดงอาการขบขัน หรือ ดูถูกข้อโต้แย้ง อาจเป็นการไม่ให้เกียรติผู้มุ่งหวังได้

ขั้นตอนที่ 6 การปิดการขาย

คำถาม จากประสบการณ์ที่ผ่านมา คุณมีวิธีการปิดการขายอย่างไรที่มีประสิทธิภาพ และเป็นวิธีที่นำมาใช้เสมอๆ

จะต้องพยายามปิดการขายทุกครั้งเมื่อมีโอกาส ต้องวิเคราะห์ว่าผู้มุ่งหวังมีสัญญาณซื้อเมื่อไรเช่น แสดงอาการพร้อมที่จะซื้อ ถามหาว่าส่งของได้เมื่อไร ต่อรองเรื่องราคา การปิดการขายต้องดูจังหวะให้เหมาะสมที่สุดผู้มุ่งหวัง จะรู้สึกไม่ถูกกดดัน โดยเทคนิคที่ใช้ นั้น ต้องมีการนำมาใช้ให้เหมาะสมกับสถานการณ์ในขณะนั้น เมื่อสามารถขจัดข้อโต้แย้งได้หมด และเจรจาท่อรองเงื่อนไขทั้งหมดให้ผู้มุ่งหวังเกิดความพึงพอใจ ก็ถึงเวลาการปิดการขายได้แล้ว เทคนิคที่นำมาใช้ในการปิดการขาย มักนำมาใช้ คือ

- ถามคำสั่งซื้อตรงๆ
- ทักท้วงว่าซื้อหรือสมมติในทางบวก
- ให้ข้อเสนอพิเศษ ส่วนลด ของแถม
- ทดลองสั่ง
- คำถาม จะตัดสินใจเมื่อไร ทำไมไม่เลือกซื้อเราเลยตอนนี้
- การใช้ข้อโต้แย้งปิดการขาย

ขั้นตอนที่ 7 การติดตามผลและการรักษาลูกค้า

คำถาม เมื่อปิดการขายได้แล้ว คุณมีวิธีการดูแลลูกค้าหลังการขายอย่างไร ให้ลูกค้ามีความพึงพอใจ และใช้สินค้าเราต่อไปเรื่อยๆ

ให้ความสนใจเรื่องดูแลในส่วนที่เกี่ยวข้อง ทุกรายละเอียดหลังจากการปิดการขายทุกขั้นตอนเช่น การนัดหมายส่งมอบเครื่องมือหรือน้ำยาต่างๆ นัดทีมช่าง และผู้เชี่ยวชาญผลิตภัณฑ์หมั่นเยี่ยมเยียนและแก้ไขปัญหให้กับลูกค้า และสร้างความสัมพันธ์ระยะยาวกับลูกค้า การให้บริการหลังการขายสามารถสร้างชื่อเสียงให้กับตัวเองได้ อาจนำไปใช้โฆษณากับลูกค้าใหม่ๆรายอื่นได้ แม้ว่าจะไม่สามารถปิดการขายได้สำเร็จ ก็จะสร้างความสัมพันธ์ และเปิดประตูการขายไว้เพื่อกลับมาขายภายในภายหน้า โดยหมั่นเข้ามาพบลูกค้าสม่ำเสมอ และหาโอกาสในการเสนอสินค้าอีกครั้ง ถ้าผู้มุ่งหวังมีความต้องการหรือเกิดปัญหาขึ้น

2. ปัญหาที่เกิดขึ้นในกระบวนการขาย การแก้ไข และแนวทางป้องกันปัญหา

คำถาม ช่วยอธิบายถึงปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นในกระบวนการขายของคุณ และคุณมีวิธีแก้ปัญหาร่วมทั้งแนวทางการป้องกันไม่ให้เกิดปัญหานั้นอีกได้อย่างไร

พบปัญหาเงื่อนไขการลงทุนติดตั้งเครื่องมือทางห้องปฏิบัติการให้ลูกค้าใช้ร่วมกับน้ำยาวิเคราะห์โรคนั้น บริษัทตั้งเงื่อนไขสูงเกินกว่าที่ผู้มุ่งหวังจะอยู่ในเกณฑ์ การแก้ไขคือ

- ต้องมีการเจรจาต่อรองกับผู้มุ่งหวัง ถึง มาตรฐานราคาที่กำหนดกับปริมาณการสั่งซื้อที่บริษัทกำหนดเงื่อนไขไว้ อาจจะขอเพิ่มราคาสินค้า ถ้าขนาดปริมาณการสั่งซื้อเพิ่มขึ้นถึงเกณฑ์ของบริษัท ก็จะลดราคามาที่ราคามาตรฐาน ลูกค้ารับได้เท่าไร ก็จะกลับไปเจรจากับทางบริษัทอีกครั้ง

พบปัญหา ทีมช่างในการดูแลเครื่องมือทางห้องปฏิบัติการไม่เพียงพอ การแก้ไขปัญหาคือ

- เรียนรู้การซ่อมและแก้ไขปัญหด้วยตนเอง จัดทำปัญหาและวิธีการแก้ไขในอดีตมาช่วยลูกค้าในการแก้ไขปัญหาในบางปัญหาได้

3. ปัจจัยแห่งความสำเร็จในกระบวนการขายโดยใช้พนักงานขาย

คำถาม กลยุทธ์และเทคนิคพิเศษที่ท่านมักจะนำมาใช้แล้ว สามารถช่วยให้การขายประสบผลสำเร็จได้ อาจจะเป็นความสามารถ บุคลิกเฉพาะตัว ที่คุณคิดว่าคุณทำได้ดีกว่าคนอื่น

สามารถหาความต้องการที่แท้จริงของลูกค้าวิเคราะห์ได้ถูกต้องรวดเร็วโดยการศึกษาข้อมูลอย่างละเอียด และกล้าใช้คำถามที่ตรงๆแต่นุ่มนวล จึงสามารถนำเสนอสิ่งที่ผู้มุ่งหวังต้องการได้ตรงเป้าหมายโดยการใช้คำถามและการรับฟังที่มีประสิทธิภาพ ในขั้นตอนต่างๆ ในกระบวนการขาย และสามารถปิดการขายได้ในที่สุด

สร้างความสัมพันธ์อันดี มีความคุ้นเคยกับผู้มุ่งหวังและผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจมีความเป็นมิตร เน้นสร้างความสัมพันธ์ส่วนตัว มีกิจกรรมร่วมกัน เช่นชวนทานอาหารร่วมกัน มีของฝากเล็กๆน้อยๆในการเข้าเยี่ยมเยียน ได้ใช้ความจริงใจต่อลูกค้า รักษาคำพูด บุคลิกน่าไว้วางใจ เต็มใจและยินดีในการให้บริการแก่ทุกๆคน

4.2.3 พนักงานขายคนที่ 3

พนักงานขายได้รับรางวัล Top Sales in year 1997,2000 ประสบการณ์งานขาย 8 ปี สินค้าที่จำหน่าย เครื่องนับเม็ดเลือดอัตโนมัติ, เครื่องตรวจสารเคมีในเลือดแบบอัตโนมัติ, เครื่องตรวจภูมิคุ้มกันวิทยาแบบอัตโนมัติ ลักษณะงานมีทั้งขายเครื่องอัตโนมัติและน้ำยาที่ใช้ร่วมกับเครื่องอัตโนมัติ โดยที่ทางบริษัทต้องติดตั้งเครื่องมือซึ่งไม่คิดมูลค่าเครื่องมือ โดยให้ใช้กับน้ำยาของบริษัท ตามยอดซื้อต่อเดือนที่บริษัทกำหนด (Sign Contract) บริษัทนี้จะมีชื่อเสียงดีมาก ในการให้บริการหลังการขายของทีมช่างและทีมพนักงานขาย เขตการขายที่รับผิดชอบ คือเขตภาคตะวันออก

1. ข้อมูลเกี่ยวกับขั้นตอนในกระบวนการขายโดยใช้พนักงานขาย

ขั้นตอนที่ 1 การแสวงหาลูกค้าและการกำหนดคุณสมบัติของลูกค้า

คำถาม คุณจะมีวิธีการคัดเลือกและกำหนดกำหนดคุณสมบัติของผู้ที่จะเป็นลูกค้าอย่างไรบ้าง การดำเนินการแสวงหาลูกค้าและกำหนดคุณสมบัติของลูกค้านั้น การเริ่มต้นนั้นจะต้องศึกษาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ห้องปฏิบัติการในโรงพยาบาล ทั้งหมดที่มี ในบริษัทก่อน จากนั้นก็จะสามารถกำหนด คุณสมบัติของลูกค้าที่จะซื้อได้และจะคัดเลือกออกมาเป็นกลุ่มๆตามกลุ่มผลิตภัณฑ์ เพื่อเตรียมการเสนอขายต่อไป

ขั้นตอนที่ 2 การเตรียมการก่อนเข้าพบลูกค้า

คำถาม การเตรียมการต่างๆ ก่อนเข้าพบลูกค้า คุณมีวิธีการเตรียมตัวและหาข้อมูลต่างๆ ที่จะนำมาใช้ในการเสนอขายอย่างไร

งานส่วนนี้คือหาข้อมูลของผู้มุ่งหวังเพื่อตรวจสอบว่าผู้มุ่งหวังควรเข้าพบเสนอขายหรือไม่และหาข้อมูลต่างๆ ที่จำเป็นในการวางแผนเพื่อการเสนอขายเช่นใครเป็นผู้ตัดสินใจในการสั่งซื้อ ค้นหาความต้องการที่แท้จริงของผู้มุ่งหวังเพื่อจะได้วางแผนการนำเสนอให้ตรงกับความต้องการทั้งหมด ทั้งในด้านงบประมาณที่มี ปริมาณที่ต้องการซื้อ เงื่อนไขอื่นๆ มีคู่แข่งรายใดบ้าง มีกระบวนการขั้นตอนในการตัดสินใจซื้ออย่างไรบ้าง จะตัดสินใจเมื่อไร จะเก็บรวบรวมข้อมูลเบื้องต้นจากคนรอบข้างของผู้มุ่งหวัง เพื่อนพนักงานขายคนอื่นๆ และจะขอเข้าพบผู้มุ่งหวังโดยตรงเพื่อพบแบบสำรวจและตรวจสอบข้อมูลเพิ่มเติมหลังจากได้รวบรวมข้อมูลที่สำคัญในการขายแล้วก็จะมีการเตรียมการและวางแผนการเสนอขาย

คำถาม อุปกรณ์ในการเตรียมการขายมีอะไรบ้างครับ

มักจะใช้อุปกรณ์ในการขายดังนี้ รูปภาพ แผ่นโฆษณา รายละเอียดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ตัวอย่างผลิตภัณฑ์เพื่อสาธิต เอกสารยืนยันทางวิชาการ และรายนามลูกค้าเพื่อใช้เป็นแหล่งอ้างอิงมีการจัดการเตรียม ให้เหมาะสมสำหรับลูกค้าแต่ละรายจะได้จัดเตรียมการล่วงหน้าเป็นประมาณเวลา

1 เดือนก่อนเข้าไปเข้าพบ

ขั้นตอนที่ 3 การเข้าพบลูกค้า

คำถาม คุณมีวิธีการเข้าพบลูกค้าอย่างไรบ้าง

ผู้ที่มีความอดทนอดกลั้นใจมักจะเป็นหัวหน้าห้องปฏิบัติการหรือหัวหน้างานอื่นๆ ของโรงพยาบาลเช่น หัวหน้างานโลหิตวิทยา ขั้นตอนการขอเข้าพบจึงไม่ยุ่งยาก สามารถเข้าพบได้โดยตรง การเข้าพบจะมีการนัดหมายล่วงหน้าทางโทรศัพท์ เพื่อความพร้อมในการให้เข้าพบต้องกระตุ้นผู้มุ่งหวังให้มีความสนใจและเต็มใจในการเข้าพบ และพยายามปูทางไปสู่การเสนอขาย จะใส่ใจในเรื่องความประทับใจในการเข้าพบครั้งแรก ต้องสร้างภาพลักษณ์ที่ดี เช่นการแต่งกายที่ เรียบร้อย วาจาสุภาพ อ่อนน้อม มีมารยาทในการเข้าพบ ความพร้อมการให้เข้าพบเป็นสิ่งสำคัญ

ขั้นตอนที่ 4 การเสนอขาย และการสาธิต

คำถาม คุณใช้กลยุทธ์และเทคนิคอะไรในการนำมาใช้เสนอขายหรือสาธิตผลิตภัณฑ์

เมื่อเราทราบถึงปัญหาหรือความต้องการของแล้ว ก็จะนำเสนออธิบายให้ตรงเป้าหมาย สามารถอธิบายได้ว่าผลิตภัณฑ์จะสามารถสนองความต้องการและแก้ปัญหาได้อย่างไร โดยนำเสนอให้เป็นอย่างธรรมชาติ ไม่ให้สะดุด หมั่นเน้นย้ำถึงประโยชน์บ่อยๆและสรุปเพื่อทดสอบความเข้าใจของผู้มุ่งหวังเสมอ เตรียมความพร้อมก่อนเข้าพบ เตรียมเอกสาร ความรู้ ข้อมูล เอกสารทางวิชาการทุกอย่างให้สมบูรณ์ เพื่อให้รับทราบข้อมูลได้ทั้งหมด ในการเสนอขายต้องสามารถสร้างความเชื่อถือได้ อาจนำเอกสารการรับรองจากสถาบันที่มีชื่อเสียงช่วยในการขาย

คำถาม มีรูปแบบที่ตายตัวในการนำเสนอจากทางบริษัทหรือไม่

มีเป็นแค่แนวทางกว้างต้องนำมาประยุกต์เอง บางครั้งผู้มุ่งหวังมีพื้นฐานความรู้แตกต่างกัน การนำเสนอจะปรับให้เหมาะสมกับสถานการณ์ ตรงตามกับผู้มุ่งหวังต้องการ อาจไม่ต้องพูดความรู้ผลิตภัณฑ์ทุกอย่างที่เตรียมมา จะเลือกพูดนำเสนอตามสถานการณ์ของผู้ฟังในขณะนั้น

ขั้นตอนที่ 5 การขจัดข้อโต้แย้ง

คำถาม ถ้าผู้มุ่งหวังเกิดข้อโต้แย้งขึ้นมา แล้วคุณจะมีวิธีการใดในการขจัดข้อโต้แย้งที่เกิดขึ้น

การขจัดข้อโต้แย้งจากผู้มุ่งหวังนั้นอาศัยจากการเรียนรู้ การขจัดข้อโต้แย้งที่สำคัญๆได้หรือความผิดพลาดในประสบการณ์ที่ผ่านมาและจากที่ทางบริษัทได้อบรมมาจะช่วยได้มาก การใช้เอกสารทางวิชาการ มาช่วยในการขจัดข้อโต้แย้งหรือการใช้เอกสารรายชื่อแหล่งอ้างอิง ก็สร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้มุ่งหวังได้ จะให้การตอบสนองในเวลาที่รวดเร็ว ในการจัดการกับปัญหาหรือข้อโต้แย้งเหล่านั้น อีกทั้งการเพิ่มความถี่ในการเข้าพบเพื่อติดตามการเสนอขาย เพื่อจัดการขจัดข้อโต้แย้ง เจริญต่อรอง เพื่อหาจังหวะในการปิดการขายให้ได้เร็วที่สุด บางข้อโต้แย้งอาจเป็นข้อโต้แย้งที่ซับซ้อนต้องให้ผู้เชี่ยวชาญผลิตภัณฑ์ของบริษัท (Product Specialist) มาช่วยในการตอบคำถามด้วย

ขั้นตอนที่ 6 การปิดการขาย

คำถาม จากประสบการณ์ที่ผ่านมา คุณมีวิธีการปิดการขายอย่างไรที่มีประสิทธิภาพ และเป็นวิธีที่นำมาใช้เสมอๆ

การนำเสนอขาย การขจัดข้อโต้แย้ง และการเจรจาต่อรองต่างๆ ต้องพยายามสังเกตและหาจังหวะในการปิดการขายทุกครั้งเมื่อมีโอกาสโดยเทคนิค และกลยุทธ์ที่ใช้นั้นก็จะต้องมีการนำมาใช้ให้เหมาะสมกับผู้มุ่งหวังแต่ละราย เมื่อสามารถขจัดข้อโต้แย้งต่างๆ ได้หมด และเจรจาต่อรองเงื่อนไขต่างๆจนผู้มุ่งหวังเกิดการยอมรับ และพึงพอใจ ก็จะสามารถปิดการขายได้ เทคนิคที่นำมาใช้ในการปิดการขาย เสมอๆ

- ถามคำสั่งซื้อตรงๆ
- แนะนำให้เป็นเจ้าของ
- ทักท้วงว่าซื้อหรือสมมติในทางบวก
- ทดลองสั่งมาใช้

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม ถ้าปิดการขายได้แล้ว ควรถามย้ำให้แน่ใจ จากนั้นหาโอกาสขอตัวลากลับให้เร็วที่สุด เพื่อป้องกันการเปลี่ยนใจ หรือเจรจาขอข้อต่อรองอื่นๆเพิ่มขึ้นอีก

ขั้นตอนที่ 7 การติดตามผลและการรักษาลูกค้า

คำถาม เมื่อปิดการขายได้แล้ว คุณมีวิธีการดูแลลูกค้าหลังการขายอย่างไร ให้ลูกค้ามีความพึงพอใจ และใช้สินค้าเราต่อไปเรื่อยๆ

การบริการหลังการขายจึงมีความสำคัญมากในการสร้างเป็นจุดขาย เป็นจุดขายที่มีน้ำหนักมาก สามารถสร้างการยอมรับจากลูกค้าและสร้างชื่อเสียงให้กับตัวเองและบริษัทได้ โดยจะเข้าไปช่วยตรวจสอบการส่งมอบสินค้า จัดการ อำนวยความสะดวกให้ลูกค้า และแนะนำการใช้ผลิตภัณฑ์ด้วยตนเอง ให้ความสนใจเรื่องรายละเอียดหลังจากการปิดการขายทุกขั้นตอน และจะใช้การทำงานทางโทรศัพท์ที่เข้ามาช่วยในการดูแลลูกค้าด้วย จะเน้นการสร้างความสัมพันธ์ระยะยาวกับลูกค้าโดยจะนำสินค้าตัวอื่นๆ เข้ามาเสนอขายอีก โดยสร้างความเชื่อมั่นจากผลิตภัณฑ์ที่ได้จำหน่ายไปแล้ว

2. ปัญหาที่เกิดขึ้นในกระบวนการขาย การแก้ไข และแนวทางป้องกันปัญหา

คำถาม ช่วยอธิบายถึงปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นในกระบวนการขายของคุณ และคุณมีวิธีแก้ปัญหาพร้อมทั้งแนวทางการป้องกันไม่ให้เกิดปัญหานั้นอีกได้อย่างไร

พบปัญหาราคาแพงกว่าคู่แข่ง และราคาตลาด การแก้ไขมีดังนี้

- การนำเสนอ เสนอที่คุณภาพ การบริการหลังการขาย ให้ลูกค้าคำนึงถึงเรื่องราคาในอันดับหลังสุด สร้างความสัมพันธ์ส่วนตัวให้ดีขึ้น ลูกค้าจะคลายกังวล และไม่คำนึงถึงราคาที่แตกต่าง

สร้างความสบายใจโดยการมอบของแถม และสิทธิพิเศษอื่นๆ บ้าง เป็นบางครั้งหามูลค่าเพิ่ม (Value added) ต่างๆ ในผลิตภัณฑ์ให้ลูกค้ายอมรับ

พบปัญหาเงื่อนไขการลงทุนติดตั้งเครื่องมือทางห้องปฏิบัติการให้ลูกค้าใช้ร่วมกับน้ำยาวิเคราะห์โรคนั้น บริษัทตั้งเงื่อนไขสูงเกินกว่าที่ผู้มุ่งหวังจะอยู่ในเกณฑ์ การแก้ไขมีหลายวิธีคือ

- การเจรจาต่อรองกับผู้มุ่งหวัง ถึง มาตรฐานราคาที่กำหนดกับปริมาณการสั่งซื้อที่บริษัทกำหนดเงื่อนไขไว้ อาจจะขอเพิ่มราคาสินค้า ถ้าอนาคตปริมาณการสั่งซื้อเพิ่มขึ้นถึงเกณฑ์ของบริษัท ก็จะลดราคาไปที่ราคามาตรฐาน อาจจะใช้กลุ่มผลิตภัณฑ์อื่นมาพ่วงเป็นยอดการสั่งซื้อให้ถึงเกณฑ์ที่บริษัทตั้งไว้ได้

พบปัญหาลูกค้าไม่เข้าใจข้อมูลที่นำเสนอ ยังยึดติดกับข้อมูลที่คู่แข่งนำมาโจมตี การแก้ไขปัญหาคือ

- ใช้แหล่งอ้างอิงที่ลูกค้าเชื่อถือแสดงรายงานแหล่งอ้างอิงให้มั่นใจ หรือเชิญไปดูงานที่โรงพยาบาลอื่นเพื่อสร้างความมั่นใจ พยายามเน้นจุดที่ลูกค้าไม่เข้าใจ และสื่อสาร 2 ทาง เพื่อตรวจสอบความเข้าใจสม่ำเสมอ ในขั้นตอนการเสนอขายและจัดซื้อได้แย่ง

3. ปัจจัยแห่งความสำเร็จในกระบวนการขายโดยใช้พนักงานขาย

คำถาม กลยุทธ์และเทคนิคพิเศษที่ท่านมักจะนำมาใช้แล้ว สามารถช่วยให้การขายประสบผลสำเร็จได้ อาจจะเป็นความสามารถ บุคลิกเฉพาะตัว ที่คุณคิดว่าคุณทำได้ดีกว่าคนอื่น

บุคลิกภาพที่ดีโดยมีกิจกรรมรยาอ่อนนุ่ม การแต่งกายที่สะอาด น่าเชื่อถือ รู้จังหวะในการติดตามงาน ใช้ความจริงใจต่อลูกค้า รักษาคำพูดไม่พูดจาโกหกในการขาย เพราะข้อมูลทุกอย่างสามารถตรวจสอบและพิสูจน์ได้ มีจรรยาบรรณของนักขาย ใช้ความขยันหมั่นเพียรในการขาย ไม่ย่อท้อต่อการปฏิเสธ

เลือกคำถามที่มีประสิทธิภาพ ในการค้นหาข้อมูลที่ต้องการ ประเมินความต้องการที่แท้จริงของลูกค้าได้ถูกต้อง สามารถนำเสนอสิ่งที่ผู้มุ่งหวังต้องการได้ตรงเป้าหมาย การจัดเตรียมข้อมูลอุปกรณ์การนำเสนอและข้อต่อรองต่างๆ ในการเจรจาที่จะเกิดขึ้นเมื่อได้เข้าทำการเสนอขาย นำเสนอข้อมูลอย่างถูกต้อง หมั่นศึกษาและฝึกฝนการจัดซื้อได้แย่งที่เกิดขึ้นได้จนชำนาญ ตลอดจนวางแผนหาช่องทางในการปิดการขายให้สำเร็จได้

4.2.4 พนักงานขายคนที่ 4

พนักงานขายได้รับรางวัล Top Sales in year 1997,2000 ประสบการณ์งานขาย 8 ปี สินค้าที่จำหน่าย เครื่องนับเม็ดเลือดอัตโนมัติ, เครื่องตรวจสอบสารเคมีในเลือดแบบอัตโนมัติ, เครื่องตรวจภูมิคุ้มกันวิทยาแบบอัตโนมัติ ลักษณะงานมีทั้งขายเครื่องอัตโนมัติและน้ำยาที่ใช้ร่วมกับเครื่อง

อัตโนมัติ โดยที่ทางบริษัทต้องติดตั้งเครื่องมือซึ่งไม่คิดมูลค่าเครื่องมือ โดยให้ใช้กับน้ำยาของบริษัท ตามยอดซื้อต่อเดือนที่บริษัทกำหนด (Sign Contract) บริษัทนี้จะมีชื่อเสียงดีมาก ในการให้บริการ หลังการขายของทีมช่างและทีมพนักงานขาย เขตการขายที่รับผิดชอบ คือเขตภาคตะวันออก

1. ข้อมูลเกี่ยวกับขั้นตอนในกระบวนการขายโดยใช้พนักงานขาย

ขั้นตอนที่ 1 การแสวงหาลูกค้าและการกำหนดคุณสมบัติของลูกค้า

คำถาม คุณจะมีวิธีการคัดเลือกและกำหนดกำหนดคุณสมบัติของผู้ที่จะเป็นลูกค้าอย่างไรบ้าง

สิ่งเริ่มต้นที่จะทำก่อนการวางแผนการขาย ต้องกำหนดและหาผู้ที่มีความต้องการของสินค้าที่บริษัทมีอยู่ การหาลูกค้ารายใหม่ๆให้เพิ่มขึ้นก็ช่วยเพิ่มของยอดขายได้ ต้องหาแหล่งรายชื่อซึ่งอาจจะมาจากหนังสือทำเนียบโรงพยาบาล ของกระทรวงสาธารณสุข คัดเลือกโรงพยาบาลที่เข้าข่าย มีศักยภาพในการที่จะซื้อสินค้าได้ ตั้งเป็นกลุ่มเป้าหมายและเพิ่มความสำคัญ ให้ความสนใจกับผู้มุ่งหวังเหล่านี้ อาจเป็นผู้มุ่งหวังรายใหม่ ลูกค้าเก่าเรา หรือเป็นลูกค้าของคู่แข่งด้วย

ขั้นตอนที่ 2 การเตรียมการก่อนเข้าพบลูกค้า

คำถาม การเตรียมการต่างๆ ก่อนเข้าพบลูกค้า คุณมีวิธีการเตรียมตัวและหาข้อมูลต่างๆ ที่จะนำมาใช้ในการเสนอขายอย่างไร

การเตรียมการก่อนการเข้าพบ ต้องหาข้อมูลของผู้มุ่งหวังให้มากที่สุด หาข้อมูลเพิ่มเติม ผู้มุ่งหวังมีความต้องการอย่างไร อยู่ในกลุ่มที่ควรเข้าพบเสนอขายหรือไม่ เพื่อเตรียมการเข้าไปเสนอขาย รายละเอียดของข้อมูลที่ต้องการหา เช่น ความต้องการที่แท้จริงของผู้มุ่งหวัง ขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อเป็นอย่างไร ใครเป็นผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจ มีคู่แข่งรายใดบ้าง ข้อเสนอด้านราคา และมีเงื่อนไขอย่างไรบ้าง อาจขอเข้าพบผู้มุ่งหวังโดยตรง เพื่อสำรวจและตรวจสอบข้อมูลเพิ่มเติม และสร้างความสัมพันธ์ไว้ หลังจากได้รวบรวมข้อมูลที่สำคัญในการขายแล้วก็จะมีการเตรียมวางแผนเพื่อนำเสนอขาย จัดการเตรียมความพร้อม ให้เหมาะสมสำหรับลูกค้าแต่ละราย จะเน้นสร้างความสัมพันธ์กับผู้มุ่งหวังและบุคคลรอบข้างก่อนที่จะนำเสนอขาย

ขั้นตอนที่ 3 การเข้าพบลูกค้า

คำถาม คุณมีวิธีการเข้าพบลูกค้าอย่างไรบ้าง

การเข้าพบจะมีการนัดหมายหน้าทางโทรศัพท์ก่อน จะต้องให้ความสนใจด้านบุคลิกภาพ ความประทับใจในการเข้าพบครั้งแรก พยายามกระตุ้นให้ผู้มุ่งหวังสนใจ โดยมักจะใช้วิธีการเข้าพบที่นำผลประโยชน์ดีๆมาให้ หรือมาเพื่อช่วยแก้ไขจัดการกับปัญหาที่เผชิญอยู่ ใช้ความสามารถในการเปิดใจไปสู่การนำเสนอขายได้

ขั้นตอนที่ 4 การเสนอขาย และการสาธิต

คำถาม คุณใช้กลยุทธ์และเทคนิคอะไรในการนำมาใช้เสนอขายหรือสาธิตผลิตภัณฑ์

เทคนิคและกลยุทธ์ในการนำเสนอแตกต่างกันไป ขึ้นอยู่กับลักษณะของลูกค้านั้นเป็นหลักใหญ่ที่สุด ไม่มีกลยุทธ์ใดตายตัวที่จะนำมาใช้ได้ตลอด ความสำเร็จในการนำเสนอขึ้นขึ้นอยู่กับการเตรียมความพร้อมในด้านข้อมูลของลูกค้านั้น บริษัท และคู่แข่งอีกทั้ง ความรู้ทางวิชาการของผลิตภัณฑ์ ต้องสามารถนำเสนออธิบายให้เข้าใจ สามารถเชื่อมโยงประโยชน์ของผลิตภัณฑ์กับความต้องการ มีความน่าเชื่อถือให้ความมั่นใจ จูงใจกระตุ้นความต้องการให้ผู้มุ่งหวังเกิดการคล้อยตามได้

ขั้นตอนที่ 5 การขจัดข้อโต้แย้ง

คำถาม ถ้าผู้มุ่งหวังเกิดข้อโต้แย้งขึ้นมา แล้วคุณจะมีวิธีการใดในการขจัดข้อโต้แย้งที่เกิดขึ้น

ถ้าไม่เข้าใจด้านผลิตภัณฑ์ อาจจะอธิบายซ้ำในรูปแบบที่เข้าใจง่ายขึ้น ต้องวิเคราะห์ว่าไม่เข้าใจจุดไหน ก็อธิบายให้ตรงประเด็น ถ้าเกิดความไม่มั่นใจก็ต้องใช้เอกสารทางวิชาการ มาช่วยในการขจัดข้อโต้แย้ง บางข้อโต้แย้งเป็นข้อโต้แย้งที่ซับซ้อนต้องให้ผู้เชี่ยวชาญผลิตภัณฑ์ของบริษัท มาช่วยในการตอบคำถามได้ จะใช้การตอบสนองที่รวดเร็วในการจัดการกับปัญหาหรือข้อโต้แย้งที่เกิดขึ้นนั้น จะหมั่นเข้าพบเพื่อติดตามการเสนอขายเพื่อป้องกันคู่แข่งเข้ามาโจมตีเพิ่มเติม แล้วหาจังหวะในการปิดการขายให้ได้เร็วที่สุด

ขั้นตอนที่ 6 การปิดการขาย

คำถาม จากประสบการณ์ที่ผ่านมา คุณมีวิธีการปิดการขายอย่างไรที่มีประสิทธิภาพ และเป็นวิธีที่นำมาใช้เสมอๆ

ตลอดขั้นตอนในกระบวนการนำเสนอขายจะพยายามปิดการขายทุกๆครั้งเมื่อมีโอกาส เมื่อพบสัญญาณซื้อจากผู้มุ่งหวัง ต้องรู้จักฉวยและใช้โอกาสเมื่อมาถึง

คำถาม การฉวยหรือใช้โอกาสที่ว่านี้ คืออะไรครับ

ยกตัวอย่างเช่น ผู้มุ่งหวังมีปัญหาเกิดขึ้นเรามองเห็นโอกาสในการแก้ปัญหา จะรีบเสนอตัวในการช่วยแก้ปัญหานั้นๆ ถ้าแก้ปัญหาได้ก็อาจจะปิดการขายได้ หรือถ้ายังไม่มีใครมาเสนอสินค้าตัวนี้ เราก็ไม่พูดถึงคู่แข่งและรีบปิดการขายเลย โดยกลยุทธ์และเทคนิคที่ใช้ นั้น ต้องมีการนำมาใช้ให้เหมาะสมกับผู้มุ่งหวังแต่ละราย เมื่อปิดการขายครั้งแรกไม่สำเร็จก็ไม่ย่อท้อ รีบตั้งหลักใหม่ วิเคราะห์หาสาเหตุ จัดการกับปัญหาแล้วเข้าพบลูกค้าเพื่อปิดการขายให้ได้ เทคนิคที่นำมาใช้ในการปิดการขาย คือ

- ตามคำสั่งซื้อตรงๆ
- เหตุการณ์ในอนาคต
- โอกาสสุดท้าย

- ทำทางเลือกให้แคบเข้า
- การใช้ข้อโต้แย้งมาช่วยปิดงานขาย
- ทดลองสั่ง

ขั้นตอนที่ 7 การติดตามผลและการรักษาลูกค้า

คำถาม เมื่อปิดการขายได้แล้ว คุณมีวิธีการดูแลลูกค้าหลังการขายอย่างไร ให้ลูกค้ามีความพึงพอใจ และใช้สินค้าเราต่อไปเรื่อยๆ

เน้นการบริหารจัดการด้านการบริการหลังการขายอย่างให้มีประสิทธิภาพ สร้างความประทับใจทำให้สินค้าสามารถทำงานได้อย่างที่เสนอขายไว้ คอยช่วยเหลือ ถ้าเกิดปัญหา ใช้การตอบสนองต่อปัญหาที่รวดเร็ว เพื่อสร้างความสัมพันธ์ระยะยาวกับลูกค้า

คำถาม คิดว่าขั้นตอนนี้มีความสำคัญอย่างไรบ้างครับ

สำคัญมาก มันทำให้ได้ทั้งชื่อเสียง และชื่อเสียง ทำดีก็ได้ดีเอาไปโฆษณาได้ ถ้าทำเสียชื่อเสียงจะเสีย ด้วยเพราะลูกค้ามีการติดต่อกัน ข้อมูลถึงกันหมด อาจจะถูกขึ้นบัญชีดำได้

2. ปัญหาที่เกิดขึ้นในกระบวนการขาย การแก้ไข และแนวทางป้องกันปัญหา

คำถาม ช่วยอธิบายถึงปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นในกระบวนการขายของคุณ และคุณมีวิธีแก้ปัญหาพร้อมทั้งแนวทางการป้องกันไม่ให้เกิดปัญหานั้นอีกได้อย่างไร

พบปัญหาราคาแพงกว่าคู่แข่ง และราคาตลาด การแก้ไขมีดังนี้

- การนำเสนอ เสนอที่คุณภาพ การบริการหลังการขาย ให้ลูกค้าคำนึงถึงเรื่องราคาในอันดับหลังสุดหามูลค่าเพิ่มต่างๆ ในผลิตภัณฑ์ให้ลูกค้ายอมรับได้

พบปัญหาการคอร์ปชั่นในการขาย ซึ่งทางแก้ไขปัญหาคือ

- การคอร์ปชั่นเป็นสิ่งที่ไม่ยากเจอ แต่บางครั้งต้องมีความจำเป็นที่จะเข้าไปเกี่ยวข้องกับต้องพยายามทำในขั้นตอนกระบวนการขายให้ดีที่สุด สร้างความต้องการด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์มากกว่าอามิสสินจ้างจากการคอร์ปชั่น ทำการแข่งขันอย่างโปร่งใส

3. ปัจจัยแห่งความสำเร็จในกระบวนการขายโดยใช้พนักงานขาย

คำถาม กลยุทธ์และเทคนิคพิเศษที่ท่านมักจะนำมาใช้แล้ว สามารถช่วยให้การขายประสบผลสำเร็จได้ อาจจะเป็นความสามารถ บุคลิกเฉพาะตัว ที่คุณคิดว่าคุณทำได้ดีกว่าคนอื่น

มองการณ์ไกล เตรียมพร้อมในการเปลี่ยนแปลงของสถานการณ์ การถามคำถามที่ตรงประเด็น เพื่อค้นหาความต้องการที่แท้จริงของลูกค้า สามารถนำเสนอสิ่งที่ต้องการได้ตรงเป้าหมาย การเตรียมการวางแผนนำเสนอข้อมูลที่ดีและเข้าใจง่าย ให้ความสำคัญในการเรียนรู้ด้านผลิตภัณฑ์ ข้อมูลต่างๆ สามารถทำการขายได้ถูกกาลเทศะ รู้จักการใช้โอกาสและฉวยจังหวะ ในการขายได้ ซึ่งจะเป็นการได้เปรียบทางการแข่งขันทั้งนั้น จะพยายามมองหาโอกาสในการขายอย่างสม่ำเสมอ

บุคลิกภาพของนักขายโดยมีการแต่งกายที่สะอาด มีมนุษยสัมพันธ์ดี มีความสัมพันธ์คุ้นเคยและใกล้ชิดค่านับกับลูกค้า การให้บริการต่างๆ ที่รวดเร็วตอบสนองต่อลูกค้าได้ตรงเวลา มีความขยันหมั่นเพียรในการขาย มีความรับผิดชอบต่อตนเองสูง

มี "ความกะล่อน" โดยที่คำว่ากะล่อนนี้ไม่ได้หมายถึง การโกหก ตลบตะแลงต่อลูกค้า แต่หมายถึง การแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ดี การเลือกกลยุทธ์เหมาะกับลูกค้าแต่ละราย การสร้างความสัมพันธ์กับทุกๆ คน ตลอดจนแก้ไขปัญหาหรือประนีประนอมข้อพิพาทระหว่างลูกค้ากับทางบริษัทได้ดี

4.2.5 พนักงานขายคนที่ 5

พนักงานขายได้รับรางวัล Top Sales in year 2000 ประสบการณ์งานขาย 4 ปี สินค้าที่จำหน่าย น้ำยาและเครื่องมือแบบอัตโนมัติทางเคมีคลินิก (Clinical chemistry reagent) น้ำยาและเครื่องมือแบบเม็ดเลือดแบบอัตโนมัติ, น้ำยาตรวจแบบด่วน (Rapid Test) ลักษณะงานคือ ขายเครื่องมือหรือขายเฉพาะน้ำยาที่ใช้ร่วมกับเครื่องมือ และบริษัทติดตั้งเครื่องมือให้ลูกค้าจะคิดเฉพาะราคา น้ำยาโดยมียอดสั่งซื้อขั้นต่ำต่อเดือนตามที่บริษัทกำหนด เขตการขายที่รับผิดชอบคือ เขตกรุงเทพมหานคร

1. ข้อมูลเกี่ยวกับขั้นตอนในกระบวนการขายโดยใช้พนักงานขาย

ขั้นตอนที่ 1 การแสวงหาลูกค้าและการกำหนดคุณสมบัติของลูกค้า

คำถาม คุณจะมีวิธีการคัดเลือกและกำหนดกำหนดคุณสมบัติของผู้ที่จะเป็นลูกค้าอย่างไรบ้าง เรื่องของการแสวงหาลูกค้าและกำหนดคุณสมบัติของลูกค้า นั้น เริ่มต้นจะต้องศึกษาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ห้องปฏิบัติการในโรงพยาบาล ทั้งหมดที่มีในบริษัท จากนั้นจะมองตลาดออกจะกำหนดคุณสมบัติของลูกค้าที่จะซื้อได้ พิจารณามีคุณสมบัติเหมาะสมที่จะเป็นผู้ซื้อแล้วทำการคัดเลือกกลุ่มเป้าหมายได้

ขั้นตอนที่ 2 การเตรียมการก่อนเข้าพบลูกค้า

คำถาม การเตรียมการต่างๆ ก่อนเข้าพบลูกค้า คุณมีวิธีการเตรียมตัวและหาข้อมูลต่างๆ ที่จะนำมาใช้ในการเสนอขายอย่างไร

การเตรียมการก่อนการเข้าพบนั้น ความสำคัญจะมีมาก การหาข้อมูลของผู้มุ่งหวังให้มากที่สุด เพื่อนำมาใช้ในการนำเสนอขายเช่น ใครเป็นผู้มีอำนาจการตัดสินใจในการสั่งซื้อ ค้นหาความต้องการของผู้มุ่งหวัง เพื่อจะได้วางแผนการนำเสนอให้ตรงกับความต้องการ ทั้งในด้านงบประมาณที่มี ปริมาณที่ต้องการซื้อ เงื่อนไขอื่นๆ ค้นหาข้อมูลในการจูงใจที่เหมาะสม เช่น ผู้มุ่งหวัง

เน้นด้านราคาการประหยัด ด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ ด้านเทคโนโลยี ความทันสมัย ความรวดเร็ว ด้านการบริการหลังการขาย ด้านความสัมพันธ์ธรรมาภิบาล มีคู่แข่งขันรายใดบ้าง ระยะเวลาในการตัดสินใจจะตัดสินใจเมื่อไร การรวบรวมข้อมูลนั้นจะเก็บรวบรวมข้อมูลเบื้องต้นจากคนรอบข้างของผู้มุ่งหวัง เมื่อรวบรวมได้มากที่สุดก็จะเข้าพบผู้มุ่งหวังโดยตรง เพื่อหาข้อมูลเพิ่มเติม และต้องการสร้างความสัมพันธ์ ก็จะมีการเตรียมการนำข้อมูลมาวิเคราะห์ แต่ละรายมีความต้องการแตกต่างกันไป จึงต้องมีการเตรียมการที่แตกต่างกันไป จะใช้อุปกรณ์การขายดังนี้ รูปภาพ แผ่นโฆษณา รายละเอียดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ เอกสารรวบรวมข้อดี ข้อเด่น ของผลิตภัณฑ์ เอกสารยืนยันทางวิชาการ ใบรายนามลูกค้าเพื่อใช้เป็นแหล่งอ้างอิง ได้มีการจัดเตรียมด้านเอกสารที่ถูกต้อง จัดส่งให้กับผู้มุ่งหวังในเวลาที่เหมาะสม จากนั้นจะเข้าไปทำการขายในเวลาต่อมา

คำถาม มีเทคนิคอะไรเพิ่มเติมอีกไหมครับ

จะเร่งสร้างความสัมพันธ์กับผู้มุ่งหวังและบุคคลรอบข้างให้ดี ก่อนที่จะนำเสนอขาย

ขั้นตอนที่ 3 การเข้าพบลูกค้า

คำถาม คุณมีวิธีการเข้าพบลูกค้าอย่างไรบ้าง

ผู้ที่มีอำนาจตัดสินใจมักจะเป็นหัวหน้างานห้องปฏิบัติการ ของโรงพยาบาลในขั้นตอนการเข้าพบจึงไม่ยุ่งยาก สามารถเข้าพบได้โดยตรง การเข้าพบจะมีการนัดหมายวันเวลาล่วงหน้าทางโทรศัพท์ เพื่อความพร้อมและความสะดวกในการให้เข้าพบ ต้องกระตุ้นผู้มุ่งหวังให้มีความสนใจมองเห็นประโยชน์ของสินค้า สามารถปูทางไปสู่การเสนอขายได้ สร้างความประทับใจในการเข้าพบครั้งแรก เช่น การตรงต่อเวลา การแต่งกายเรียบร้อย พุดจาสุภาพ เกิดความรู้สึกรักอยากสนทนาด้วย ที่ผ่านมามีไม่เคยผัดนัดหรือไปพบลูกค้าเลยเวลาที่นัดไว้เลย จะไปถึงก่อนเวลา 5-10 นาทีเสมอที่แน่ชัดก็คือ การไปตรงเวลาที่ได้นัดไว้พอดี

ขั้นตอนที่ 4 การเสนอขายและการสาธิต

คำถาม คุณใช้กลยุทธ์และเทคนิคอะไรในการนำมาใช้เสนอขายหรือสาธิตผลิตภัณฑ์

นำเสนออธิบายให้เชื่อมโยงประโยชน์ของผลิตภัณฑ์กับความต้องการ ของลูกค้า พยายามอธิบายให้ได้ว่าผลิตภัณฑ์จะสามารถสนองความต้องการและแก้ปัญหาได้อย่างไร โดยแต่ละขั้นตอนมีการสื่อสารสองทาง ระหว่างตัวเรากับผู้มุ่งหวังอย่างสม่ำเสมอ การนำเสนอครอบคลุมตรงกับปัญหา ผู้ฟังรับทราบข้อมูลได้ทั้งหมด การนำเสนอจะปรับให้เหมาะสมกับสถานการณ์ ตรงตามกับผู้มุ่งหวังต้องการ หรือเน้นที่ความชอบเป็นพิเศษ อาจไม่จำเป็นต้องพูดความรู้ผลิตภัณฑ์ทุกอย่างที่เตรียมมา สร้างความเชื่อถือได้จากบุคลิกภาพ การแต่งกาย กิริยาสุภาพ ใช้ถ้อยคำพูดที่สุภาพวางตัว ที่น่าเชื่อถือ

ขั้นตอนที่ 5 การจัดซื้อโต้แย้ง

คำถาม ถ้าผู้มุ่งหวังเกิดข้อโต้แย้งขึ้นมา แล้วคุณจะมีวิธีการใดในการจัดซื้อโต้แย้งที่เกิดขึ้น

ต้องมีความรู้ที่ลึกซึ้งในเรื่องสินค้าเราและคู่แข่ง การจัดซื้อโต้แย้งจากผู้มุ่งหวังจะใช้เอกสารทางวิชาการ หรือหนังสือรับรองจากสถาบันที่มีชื่อเสียงมาช่วยในการจัดซื้อโต้แย้ง จะใช้เวลาที่รวดเร็ว กระตือรือร้นในการจัดการกับปัญหาหรือข้อโต้แย้งที่เกิดขึ้นนั้น มีการติดตามการเสนอขาย การจัดซื้อโต้แย้ง เปรียบเทียบ เเกะติดสถานการณ์ทั้งในส่วนผู้มุ่งหวังและคู่แข่งขึ้น เพื่อหาจังหวะในการปิดการขายให้ได้เร็วที่สุดบางครั้งข้อโต้แย้งที่เกิดขึ้นอาจเป็นจริงหรือเท็จ ต้องศึกษาและวิเคราะห์ให้ได้ ถ้าไม่สามารถจัดการอะไรได้ อาจจะต้องเป็นตัวประสานระหว่างบริษัทกับผู้มุ่งหวังให้จัดซื้อโต้แย้งให้ลุล่วง

ขั้นตอนที่ 6 การปิดการขาย

คำถาม จากประสบการณ์ที่ผ่านมา คุณมีวิธีการปิดการขายอย่างไรที่มีประสิทธิภาพ และเป็นวิธีที่นำมาใช้เสมอๆ

ในระหว่างกระบวนการนำเสนอขาย การจัดซื้อโต้แย้ง และการเจรจาต่อรองต่างๆ ถ้ามองเห็นสัญญาณจากผู้มุ่งหวังก็จะพยายามปิดการขายทุกๆ ครั้งเมื่อมีโอกาสกลยุทธ์ที่ใช้ นั้น ต้องมีการนำมาใช้ให้เหมาะสมกับผู้มุ่งหวังแต่ละราย ต้องกล้าที่จะทดลองทำการปิดการขายเสมอๆ และเมื่อสามารถจัดซื้อโต้แย้งได้หมด ผู้มุ่งหวังเกิดความพึงพอใจได้และการยอมรับ ก็จะสามารถปิดการขายได้ และจะพยายามเพิ่มความสัมพันธ์ส่วนตัวกับบุคคลรอบข้างให้ดีขึ้นเรื่อยๆ เทคนิคที่นำมาใช้ในการปิดการขาย

- ถามคำสั่งซื้อตรงๆ
- การใช้ข้อโต้แย้งปิดการขาย
- การทบทวนจุดขาย
- ทดลองสั่งมาใช้

ขั้นตอนที่ 7 การติดตามผลและการรักษาลูกค้า

คำถาม เมื่อปิดการขายได้แล้ว คุณมีวิธีการดูแลลูกค้าหลังการขายอย่างไร ให้ลูกค้ามีความพึงพอใจ และใช้สินค้าเราต่อไปเรื่อยๆ

ประเด็นการบริการหลังการขายเป็นจุดขายที่มีน้ำหนักมากในธุรกิจนี้ การสร้างการยอมรับจากลูกค้าและการแข่งขันด้านการบริการหลังการขายสามารถสร้างชื่อเสียงให้กับตนเองและบริษัทได้ โดยจะให้ความสนใจเรื่องรายละเอียดหลังจากการปิดการขายทุกขั้นตอน ดูแลการส่งของการติดตั้งเครื่องมือ และสอนลูกค้าให้ใช้งานผลิตภัณฑ์จนชำนาญ เน้นความใกล้ชิดลูกค้า มอง

ปัญหาต่างๆไว้ล่วงหน้าเตรียมรับมือหรือหาทางแก้ไขไว้ก่อน สร้างความสัมพันธ์ระยะยาวกับลูกค้า และจะนำสินค้าตัวอื่นๆเข้ามาเสนอขายเพิ่มเติมอีกได้ในอนาคต

2. ปัญหาที่เกิดขึ้นในกระบวนการขาย การแก้ไข และแนวทางป้องกันปัญหา

คำถาม ช่วยอธิบายถึงปัญหาต่างๆที่เกิดขึ้นในกระบวนการขายของคุณ และคุณมีวิธีแก้ปัญหาพร้อมทั้งแนวทางการป้องกันไม่ให้เกิดปัญหานั้นอีกได้อย่างไร

พบปัญหาภาพลักษณ์ในอดีตไม่ดีต่อบริษัท ผลิตภัณฑ์ หรือพนักงานขายคนเก่าแนวทางป้องกันและ การแก้ไขปัญหาคือ

- จะสร้างความเป็นมิตรกับทุกคน ให้เกียรติกับทุกๆ คน แสดงให้เห็นถึงความจริงใจ และตั้งใจมาขายผลิตภัณฑ์และบริการที่ดี ตรวจสอบข้อมูลที่แท้จริง ทำการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นทั้งหมดและพิสูจน์ สร้างภาพลักษณ์ใหม่ ให้ลูกค้ามั่นใจในการกลับมาใช้บริการ

พบปัญหาพื้นที่เขตการขายในความรับผิดชอบมีจำนวนลูกค้ามากเกินไป การขายและการให้บริการหลังการขายทำอย่างไรมีประสิทธิภาพเต็มที่ การแก้ไขปัญหาคือ

- วางแผนการทำงานให้มีประสิทธิภาพ โดยคัดเลือกงานที่จำเป็นและเร่งด่วนก่อน เรียงลำดับคัดเลือกตามความสำคัญ ใช้การทำงานทางโทรศัพท์แทนการเข้าพบบ้าง ทำให้สามารถเข้าพบและเยี่ยมลูกค้าได้ครบตามที่ได้วางแผนไว้

3. ปัจจัยแห่งความสำเร็จในกระบวนการขายโดยใช้พนักงานขาย

คำถาม กลยุทธ์และเทคนิคพิเศษที่ท่านมักจะนำมาใช้แล้ว สามารถช่วยให้การขายประสบผลสำเร็จได้ อาจจะเป็นความสามารถ บุคลิกเฉพาะตัว ที่คุณคิดว่าคุณทำได้ดีกว่าคนอื่น

ให้ความสำคัญในการเรียนรู้ด้านผลิตภัณฑ์มีความเชี่ยวชาญ การนำเสนอข้อมูลอย่างถูกต้องและมีประสิทธิภาพ ย่อมก่อให้เกิดความเข้าใจที่ถูกต้อง ความกระตือรือร้น ตลอดจนความมั่นใจในผลิตภัณฑ์และสามารถขจัดข้อโต้แย้งที่เกิดขึ้นได้หมั่นศึกษาและฝึกฝนจนชำนาญ ย่อมก่อให้เกิดความเชื่อมั่นและปิดการขายได้

การวิเคราะห์ ความต้องการที่แท้จริงของลูกค้าวิเคราะห์ได้รวดเร็ว และมีความถูกต้อง สามารถนำเสนอสิ่งที่ผู้มุ่งหวังต้องการได้ตรงเป้าหมาย ลูกค้าแต่ละรายมีความต้องการที่แตกต่างกัน ต้องสามารถนำเสนอขาย ใช้กลยุทธ์ต่างๆ ได้เหมาะสม กับสถานการณ์ เช่นลูกค้าต้องการเครื่องมือที่มีระบบควบคุมคุณภาพที่ดี และประหยัด เราสามารถเลือกเครื่องมือที่เหมาะสม สามารถอธิบายโน้มน้าวให้สนใจและเข้าใจตรงกันได้ ก็จะประสบผลสำเร็จในงานขายได้

สร้างความสัมพันธ์รู้จักและมีความคุ้นเคยกับผู้มุ่งหวังและผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจทุกท่านเช่น การยกมือไหว้สวัสดีกับทุกๆคนในห้องทำงาน ไม่ได้เลือกปฏิบัติเฉพาะหัวหน้างานก็

จะสามารถสร้างความสัมพันธ์และเข้ากันได้กับทุกคน ซึ่งจะมีประโยชน์มาก บางครั้งบุคคลรอบข้างนั้นก็ยังมีผลต่อผู้มีอำนาจตัดสินใจด้วย และสามารถตรวจสอบข้อมูลการเคลื่อนไหวของกลุ่มและผู้มุ่งหวังได้ถูกต้องยิ่งขึ้น

4.2.6 พนักงานขายคนที่ 6

พนักงานขายได้รับรางวัล Top Sales in year 2000,2001 ประสบการณ์งานขาย 6 ปี สินค้าที่จำหน่าย น้ำยาวิเคราะห์โรคทางเคมีคลินิก (Clinical Chemistry Reagent) และเครื่องตรวจวิเคราะห์ทางเคมีคลินิกจำหน่าย เครื่องนับเม็ดเลือดอัตโนมัติ น้ำยาตรวจแบบด่วน (Rapid Test) ลักษณะงานคือ ขายเครื่องมือหรือขายเฉพาะน้ำยาที่ใช้ร่วมกับเครื่องมือ และบริษัทติดตั้งเครื่องมือให้ลูกค้าจะคิดเฉพาะราคาน้ำยา โดยมียอดสั่งซื้อขั้นต่ำต่อเดือนตามที่บริษัทกำหนด เขตการขายที่รับผิดชอบ คือเขตภาคกลาง

1. ข้อมูลเกี่ยวกับขั้นตอนในกระบวนการขายโดยใช้พนักงานขาย

ขั้นตอนที่ 1 การแสวงหาลูกค้าและการกำหนดคุณสมบัติของลูกค้า

คำถาม คุณจะมีวิธีการคัดเลือกและกำหนดกำหนดคุณสมบัติของผู้ที่จะเป็นลูกค้าอย่างไรบ้าง การกำหนดคุณสมบัติของลูกค้านี้ จะศึกษาเกี่ยวกับสินค้าทั้งหมดที่มีในบริษัท แล้วคัดเลือกผู้ที่เหมาะสมที่จะเป็นลูกค้าได้ แล้วค่อยหาข้อมูลต่างๆเพิ่มเติมว่ามีศักยภาพหรือคุณสมบัติเหมาะสมที่จะซื้อหรือไม่ จากนั้นคัดเลือกโรงพยาบาลที่จะเป็นลูกค้า แยกออกเป็นกลุ่มๆแบ่งตามกลุ่มผลิตภัณฑ์ ตามขอบเขตพื้นที่ที่ได้รับมอบหมายในเขตการขาย

ขั้นตอนที่ 2 การเตรียมการก่อนเข้าพบลูกค้า

คำถาม การเตรียมการต่างๆ ก่อนเข้าพบลูกค้า คุณมีวิธีการเตรียมตัวและหาข้อมูลต่างๆ ที่จะนำมาใช้ในการเสนอขายอย่างไร

การหาข้อมูลของผู้มุ่งหวังให้มากที่สุด หาข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อใช้ในการวางแผนเพื่อการเสนอขายที่ดี โดยรายละเอียดของข้อมูลที่ต้องการหาอันนี้ มีปัญหาหรือความต้องการเป็นอย่างไร สินค้าของบริษัทเรา สามารถตอบสนอง ความต้องการได้หรือไม่ เรามีโอกาสในการเสนอขายหรือไม่ มีกระบวนการขั้นตอนในการตัดสินใจซื้ออย่างไรบ้างใครเป็นคนตัดสินใจในการสั่งซื้อเพื่อจะได้วางแผนการนำเสนอให้ตรงกับความต้องการทั้งหมด ทั้งในด้านงบประมาณที่มี ปริมาณที่ต้องการซื้อ เงื่อนไขต่างๆที่จะถูกใจลูกค้า

คำถาม คุณมีการเตรียมการอะไรบ้างครับ

มีการเตรียมการและวางแผนสร้างการเสนอขาย ซึ่งผู้มุ่งหวังแต่ละรายมีความต้องการแตกต่างกันไป จึงต้องมีการเตรียมการที่แตกต่างกันไป อุปกรณ์การขายที่เตรียมมีดังนี้ จะนำเสนอ

ในรูปแบบนำเสนอเพื่อความสวยงามและเก็บรักษาง่าย แผ่นโฆษณา รายละเอียดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ คู่มือการใช้ผลิตภัณฑ์ ใบเสนอราคาพร้อมเงื่อนไขประกอบ ใบรายนามลูกค้าเพื่อใช้เป็นแหล่งอ้างอิง เอกสารเปรียบเทียบผลิตภัณฑ์กับผลิตภัณฑ์อื่นในตลาด ได้จัดเตรียมการล่วงหน้าประมาณ 1 เดือนให้สมบูรณ์ และจัดส่งให้กับลูกค้าจึงตามเข้าไปเสนอขาย และมีการคาดการณ์ล่วงหน้าโดยใช้ประสบการณ์และข้อมูลที่มีอยู่ กระตุ้นผู้มุ่งหวัง ให้ตัดสินใจในเวลาอันรวดเร็วได้ เช่น การคาดการณ์ที่ลูกค้าจะเจรจาต่อรองไว้ก่อน และมองหาแนวทางเลือกที่เหมาะสมเพื่อให้ลูกค้าตัดสินใจได้

ขั้นตอนที่ 3 การเข้าพบลูกค้า

คำถาม คุณมีวิธีการเข้าพบลูกค้าอย่างไรบ้าง

การเข้าพบจะมีการนัดหมายล่วงหน้าทางโทรศัพท์ก่อน การเข้าพบไม่ยุ่งยากมาก สามารถเข้าพบได้โดยตรงเพราะผู้ที่ตัดสินใจมักจะเป็นหัวหน้าห้องปฏิบัติการของโรงพยาบาลนั้นๆ หรือ เป็นคณะกรรมการของโรงพยาบาล หรือถ้าต้องพบผู้อำนวยการโรงพยาบาล ก็ต้องมีการเตรียมความพร้อมให้ดีก่อนการเข้าพบ ต้องให้ความสนใจด้านบุคลิกภาพ ความประทับใจในการเข้าพบครั้งแรก เพื่อที่จะสามารถเปิดทางทางไปสู่การเสนอขายได้

ขั้นตอนที่ 4 การเสนอขาย และการสาธิต

คำถาม คุณใช้กลยุทธ์และเทคนิคอะไรในการนำมาใช้เสนอขายหรือสาธิตผลิตภัณฑ์

เทคนิคและกลยุทธ์ในการนำเสนอจำเป็นต้องหมั่นฝึกฝนให้เกิดความชำนาญ และความคล่องตัวในการนำเสนอ เพื่อให้ผู้รับฟัง สามารถเข้าใจได้ง่าย และเกิดความเชื่อมั่นว่าจะช่วยแก้ปัญหา หรือตอบสนองความต้องการได้ ต้องทำให้รู้จักสินค้าและเข้าใจคุณประโยชน์ได้ดี วิธีการนำเสนอก็จะแตกต่างกันไป ขึ้นอยู่กับความต้องการ และลักษณะของลูกค้า เลือกพูดนำเสนอตามสถานการณ์ขณะนั้น และเน้นการถือสาร 2 ทาง หมั่นเน้นจุดขายที่ตรงจุดความต้องการของผู้มุ่งหวัง บ่อยๆ จะต้องเข้าพบหลายครั้งขึ้นอยู่กับความซับซ้อนของสินค้า ถ้ามีความซับซ้อนในการเสนอขายครั้งแรก จะนำเสนอรายละเอียดไม่ลึกซึ้งมากให้ผู้มุ่งหวังมองภาพโดยรวมได้ก่อน จากนั้นครั้งต่อไป การนำเสนอที่เพิ่มรายละเอียดที่ซับซ้อนขึ้น และการเข้าพบบ่อยๆ นั้นสามารถสร้างความสัมพันธ์ได้ดี และลูกค้าจะเข้าใจข้อมูลได้ลึกซึ้งดีกว่าการนำเสนอเพียงครั้งเดียว

ขั้นตอนที่ 5 การขจัดข้อโต้แย้ง

คำถาม ถ้าผู้มุ่งหวังเกิดข้อโต้แย้งขึ้นมา แล้วคุณจะมีวิธีการใดในการขจัดข้อโต้แย้งที่เกิดขึ้น

การขจัดข้อโต้แย้งจากผู้มุ่งหวังนั้นสำคัญมาก เพราะถ้ายังมีข้อสงสัยก็จะยังไม่ตัดสินใจซื้อ แม้ว่าการเสนอขายที่ถูกต้อง ครบถ้วนแล้ว ก็อาจเกิดข้อโต้แย้งในใจผู้มุ่งหวังได้ ต้องเรียนรู้ เพื่อที่จะสามารถขจัดข้อโต้แย้งสำคัญในใจผู้มุ่งหวังให้หมดได้ ใช้นั่งสีรับรองจากสถาบันหรือ

เอกสารรายงานทางวิชาการมาช่วยในการจัดซื้อโต้แย้งด้วย จะใช้เวลาที่รวดเร็ว ในการจัดการกับปัญหาหรือข้อโต้แย้งที่เกิดขึ้น และเพิ่มพูนความรู้ในการเข้าพบเพื่อติดตามการเสนอขายให้สำเร็จ

ขั้นตอนที่ 6 การปิดการขาย

คำถาม จากประสบการณ์ที่ผ่านมา คุณมีวิธีการปิดการขายอย่างไรที่มีประสิทธิภาพ และเป็นวิธีที่นำมาใช้เสมอๆ

การปิดการขายให้สำเร็จเป็นเป้าหมายของการเสนอขาย ในระหว่างกระบวนการนำเสนอขายต้องหมั่นสังเกตสัญญาณจากผู้มุ่งหวัง เช่นการกระตือรือร้นในการเจรจาต่อรองเงื่อนไขต่างๆ ถามเรื่องบริการหลังการขาย แล้วทดลองทำการปิดการขายดู สัญญาณชื่อของแต่ละคน ก็มีความแตกต่างกันไป เทคนิคที่ใช้ก็แตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับสถานการณ์ในขณะนั้น หรือลักษณะของผู้มุ่งหวัง ต้องมีความกล้าในการทดลองปิดการขาย ถ้าลูกค้ามีข้อโต้แย้งอยู่ก็ อาจปิดยังไม่สำเร็จ เราก็จัดซื้อโต้แย้งนั้น แล้วก็ทำปิดการขายอีก ทำเรื่อยๆ จนสามารถปิดได้ในที่สุด เทคนิคที่มักนำมาใช้ในการปิดการขาย

- ถามคำสั่งซื้อตรงๆ
- การใช้ข้อโต้แย้งมาปิดการขาย
- ทำทางเลือกให้แคบเข้า
- ให้ข้อเสนอพิเศษ
- ใช้คำถามว่าทำไมเพื่อขจัดความสงสัย
- ทดลองสั่ง

ขั้นตอนที่ 7 การติดตามผลและการรักษาลูกค้า

คำถาม เมื่อปิดการขายได้แล้ว คุณมีวิธีการดูแลลูกค้าหลังการขายอย่างไร ให้ลูกค้ามีความพึงพอใจ และใช้สินค้าเราต่อไปเรื่อยๆ

จุดมุ่งหมายสูงสุด คือความพึงพอใจของลูกค้า และสามารถใช้บริการต่อเนื่องไปเรื่อยๆ การบริการหลังการขายจึงเป็นจุดขายที่มีน้ำหนักมากต้องทำให้มีดีที่สุด โดยจะช่วยเหลือกระบวนการต่างๆ ด้านบริการหลังการขาย ไม่ให้ลูกค้าใช้งานแล้วมีปัญหา พร้อมและยินดีในการบริการเพื่อสร้างความสัมพันธ์ระยะยาวกับลูกค้าและอาจจะนำสินค้าตัวอื่นๆ เข้ามาเสนอขายเพิ่มเติมอีก

2. ปัญหาที่เกิดขึ้นในกระบวนการขาย การแก้ไข และแนวทางป้องกันปัญหา

คำถาม ช่วยอธิบายถึงปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นในกระบวนการขายของคุณ และคุณมีวิธีแก้ปัญหาพร้อมทั้งแนวทางการป้องกันไม่ให้เกิดปัญหานั้นอีกได้อย่างไร

พบปัญหาาราคาผลิตภัณฑ์ ลูกค้าแต่ละรายซื้อผลิตภัณฑ์เดียวกัน แต่ราคาไม่เท่ากัน การแก้ไขปัญหาคือ

-ชี้แจงรายละเอียดด้านต้นทุนที่ลูกค้ารับทราบมา และอธิบายถึงต้นทุนแฝงต่างๆ ให้ลูกค้าเข้าใจทั้งหมด อธิบายความแตกต่างของราคาที่เกิดขึ้น ปริมาณในการซื้อ, ต้นทุนการลงทุน เครื่องมือทางห้องปฏิบัติการแต่ละที่ไม่เท่ากัน หรือ ราคาอาจไม่แสดงถึงของแถมหรือเงื่อนไขพิเศษที่บริษัทมอบให้ เป็นต้น

3. ปัจจัยแห่งความสำเร็จในกระบวนการขายโดยใช้พนักงานขาย

คำถาม กลยุทธ์และเทคนิคพิเศษที่ท่านมักจะนำมาใช้แล้ว สามารถช่วยให้การขายประสบผลสำเร็จได้ อาจจะเป็นความสามารถ บุคลิกเฉพาะตัว ที่คุณคิดว่าคุณทำได้ดีกว่าคนอื่น

สามารถปรับตัวตามสถานการณ์ เตรียมพร้อมในการเปลี่ยนแปลง ยึดลูกค้าเป็นหลัก จะเข้าใจ ความรู้สึกและความต้องการของ ลูกค้าได้ ต้องมองการณ์ไกล และรับทราบถึงขั้นตอนการพิจารณาสั่งซื้อ ระบบบริหารการจัดการของบริษัททั้งหมด เปรียบเสมือนเป็นพี่เลี้ยงให้แก่ลูกค้า ลูกค้าจึงมีความไว้วางใจในการให้บริการของเรา

บุคลิกภาพมีบุคลิกที่ร่าเริง นอบน้อมต่อทุกๆคน การแต่งกายที่สะอาด วางตัวดีสุภาพ มีมนุษยสัมพันธ์ สามารถสร้างความประทับใจได้ในการเข้าพบ และมีความยินดีที่จะได้ติดต่อและทำธุรกิจร่วมกัน

4.2.7 พนักงานขายคนที่ 7

พนักงานขายได้รับรางวัล Top Sales in year 1998, 2000 ประสบการณ์งานขาย 9 ปี สินค้าที่จำหน่าย น้ำยาตรวจทางภูมิคุ้มกันวิทยา (Blood Virus Testing) ใช้งานกับเครื่องตรวจวัดแบบอัตโนมัติ น้ำยาตรวจแบบด่วน (Rapid Test) บริษัทเป็นผู้นำตลาดทางด้านภูมิคุ้มกันวิทยา มีชื่อเสียงมากด้านผลิตภัณฑ์ และการให้บริการหลังการขาย ตลอดจนคุณภาพลักษณะที่ดี เขตการขายที่รับผิดชอบ คือ เขตภาคใต้

1. ข้อมูลเกี่ยวกับขั้นตอนในกระบวนการขายโดยใช้พนักงานขาย

ขั้นตอนที่ 1 การแสวงหาลูกค้าและการกำหนดคุณสมบัติของลูกค้า

คำถาม คุณจะมีวิธีการคัดเลือกและกำหนดกำหนดคุณสมบัติของผู้ที่จะเป็นลูกค้าอย่างไรบ้าง

การแสวงหาลูกค้าและกำหนดคุณสมบัติของลูกค้า การเริ่มต้นนั้นจะต้องศึกษาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ทั้งหมดที่มี ในบริษัท จากนั้นพนักงานขายจะมองตลาดโดยรวม หาข้อมูลต่างๆที่มีอยู่เพื่อมาจับคู่ความสัมพันธ์ระหว่างลูกค้าที่มีโอกาสจะซื้อสินค้ากับผลิตภัณฑ์และศักยภาพในการให้บริการได้ของบริษัทก็จะสามารถกำหนดเป็นกลุ่มเป้าหมายได้

ขั้นตอนที่ 2 การเตรียมการก่อนเข้าพบลูกค้า

คำถาม การเตรียมการต่างๆ ก่อนเข้าพบลูกค้า คุณมีวิธีการเตรียมตัวและหาข้อมูลต่างๆ ที่จะนำมาใช้ในการเสนอขายอย่างไร

จะให้ความสำคัญในขั้นตอนนี้มาก งานที่เกี่ยวข้องคือ การหาข้อมูลของผู้มุ่งหวังให้มากที่สุด หาข้อมูลเพื่อตรวจสอบว่าผู้มุ่งหวังอยู่ในเกณฑ์ที่ควรเข้าพบเสนอขายหรือไม่ และข้อมูลต่างๆ ที่จำเป็นในการวางแผนเพื่อการเสนอขาย โดยรายละเอียดของข้อมูลที่ต้องการหาอันมีดังนี้ มีกระบวนการขั้นตอนในการตัดสินใจซื้ออย่างไรบ้าง จะตัดสินใจเมื่อไร ใครเป็นคนตัดสินใจ ความต้องการที่แท้จริงของผู้มุ่งหวังคืออะไร เพื่อจะได้วางแผนการนำเสนอให้ตรงกับความต้องการทั้งหมด ทั้งในด้านงบประมาณที่มี ปริมาณที่ต้องการซื้อ ค้นหาข้อมูลในการจงใจที่เหมาะสม เช่น ผู้มุ่งหวังเน้น ด้านราคา การประหยัด ด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ ด้านเทคโนโลยี ด้านชื่อเสียง ด้านการบริการหลังการขาย ด้านความสัมพันธ์ธรรมาภิบาล เป็นต้น มีคู่แข่งรายใด การรวบรวมข้อมูลนั้นสามารถเก็บรวบรวมข้อมูลเบื้องต้นจากคนรอบข้างของผู้มุ่งหวังหรือ เพื่อนพนักงานขายคนอื่นๆ เมื่อรวบรวมได้แล้วก็จะขอเข้าพบผู้มุ่งหวังโดยตรง เพื่อสำรวจและตรวจสอบข้อมูลเพิ่มเติม และสร้างความสัมพันธ์ ความคุ้นเคยไว้ หลังจากได้รวบรวมข้อมูลที่สำคัญในการขายแล้วก็จะมีการเตรียมการและวางแผนสร้างการเสนอขายต่อไป

คำถาม แล้วเรื่องการเตรียมพร้อม อุปกรณ์ต่างๆ เป็นอย่างไรบ้างครับ

จะใช้อุปกรณ์การขายที่เป็นพื้นฐานในการเตรียมดังนี้ รูปภาพ แผ่นโฆษณา รายละเอียดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ คู่มือการใช้ผลิตภัณฑ์ เอกสารรวบรวมข้อดี ข้อเด่น ของผลิตภัณฑ์ใบเสนอราคา พร้อมเงื่อนไขประกอบตัวอย่างผลิตภัณฑ์เพื่อสาธิตเอกสารยืนยันทางวิชาการ ใบรายนามลูกค้าเพื่อใช้เป็นแหล่งอ้างอิง จะใช้เป็นเทคโนโลยีทางคอมพิวเตอร์ในการนำเสนอ เพื่อการสร้างภาพลักษณ์ และการอธิบายให้เข้าใจได้ง่ายขึ้น ก่อนการนำเสนอ มีการนำข้อมูลทั้งหมดมาวิเคราะห์ต้นทุน จุดคุ้มทุนก่อนการเสนอราคา มีการคาดการณ์ล่วงหน้าโดยใช้ประสบการณ์และข้อมูลที่มีเพื่อสามารถกระตุ้นผู้มุ่งหวังให้ตัดสินใจในเวลาอันรวดเร็วได้ เช่น การคาดการณ์ที่ลูกค้าจะเจรจาต่อรองไว้ก่อน และมองหาแนวทางที่เหมาะสมอาจจะเป็น 2 หรือ 3 แนวทางเพื่อให้ลูกค้าตัดสินใจได้เร็วขึ้น

ขั้นตอนที่ 3 การเข้าพบลูกค้า

คำถาม คุณมีวิธีการเข้าพบลูกค้าอย่างไรบ้าง

การเข้าพบมีขั้นตอนการเข้าพบที่ไม่ยุ่งยาก สามารถเข้าพบได้โดยตรง เพราะผู้ที่มีอำนาจตัดสินใจมักจะเป็นหัวหน้าห้องปฏิบัติการหรือหัวหน้างานอื่นๆ ก่อนการเข้าพบจะมีการนัดหมายล่วงหน้าทางโทรศัพท์ เมื่อได้เข้าพบแล้วจะนำเสนอและกระตุ้นผู้มุ่งหวังให้มีความสนใจ เปิดใจไป

ผู้การเสนอขายได้ ใช้คำพูดที่สุภาพ มารยาทที่อ่อนน้อม การแต่งกายที่เรียบร้อย จะผูกเนคไท ในการทำงานตลอดทุกครั้ง ให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกอยากที่จะสนทนาด้วย

ขั้นตอนที่ 4 การเสนอขาย และการสาธิต

คำถาม คุณใช้กลยุทธ์และเทคนิคอะไรในการนำมาใช้เสนอขายหรือสาธิตผลิตภัณฑ์

การนำเสนอที่ขึ้นอยู่กับการเตรียมความพร้อมในด้านข้อมูล ความรู้ทางวิชาการ และข้อมูลในด้านของผู้มุ่งหวัง ศึกษาข้อมูลของกลุ่มเป้าหมาย นำเสนออธิบายให้น่าสนใจ สามารถเชื่อมโยงประโยชน์ของผลิตภัณฑ์กับความต้องการ สร้างความน่าเชื่อถือในการนำเสนอได้จากบุคลิกภาพ ใช้หลักฐานที่มีการรับรองจากสถาบันที่มีชื่อเสียงประกอบในการขาย มีทัศนคติที่ดีต่องานขาย และมีการศึกษาความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของตนเองให้มีความเชี่ยวชาญและแม่นยำ ในการตอบข้อซักถาม เน้นการสื่อสาร 2 ทาง ตรวจสอบความเข้าใจของผู้มุ่งหวังเสมอ จะใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย เช่น นำเสนอด้วยคอมพิวเตอร์แบบพกพา (Notebook computer) เพื่อก่อให้เกิด เข้าใจรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ได้ง่าย เกิดความประทับใจ สามารถสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อตัวผลิตภัณฑ์ พนักงานขาย และบริษัทได้

ขั้นตอนที่ 5 การขจัดข้อโต้แย้ง

คำถาม ถ้าผู้มุ่งหวังเกิดข้อโต้แย้งขึ้นมา แล้วคุณจะมีวิธีการใดในการขจัดข้อโต้แย้งที่เกิดขึ้น

จะใช้เวลาที่รวดเร็ว ในการจัดการกับปัญหาหรือข้อโต้แย้งที่เกิดขึ้นนั้น ถ้าได้รับการตอบสนองที่รวดเร็ว ผู้มุ่งหวังเกิดความพึงพอใจได้ และจะเพิ่มความถี่ในการเข้าพบเพื่อติดตามการเสนอขายเพื่อการจัดการข้อโต้แย้ง เจริญต่อตรง ติดตามการเคลื่อนไหว สถานการณ์ทั้งผู้มุ่งหวัง และคู่แข่ง เพื่อหาจังหวะในการปิดการขายให้ได้เร็วที่สุด จะใช้เอกสารทางวิชาการ มาช่วยในการขจัดข้อโต้แย้ง บางครั้งการใช้เอกสารรายชื่อแหล่งอ้างอิง หรือติดต่อทางโทรศัพท์ให้ผู้มุ่งหวังซักถามโดยตรงจากลูกค้าอ้างอิงรายอื่นๆที่น่าเชื่อถือได้ ต้องแยกแยะให้ออกว่าข้อโต้แย้งที่เกิดขึ้นเป็นจริงหรือเท็จ ต้องศึกษาและวิเคราะห์ให้ได้

ขั้นตอนที่ 6 การปิดการขาย

คำถาม จากประสบการณ์ที่ผ่านมา คุณมีวิธีการปิดการขายอย่างไรที่มีประสิทธิภาพ และเป็นวิธีที่นำมาใช้เสมอๆ

ตลอดเวลาในกระบวนการนำเสนอขาย การขจัดข้อโต้แย้ง และการเจรจาต่อรองต่างๆ จะพยายามปิดการขายทุกครั้งเมื่อมีโอกาสหรือพบสัญญาณซื้อจากผู้มุ่งหวัง และเมื่อสามารถขจัดข้อโต้แย้งได้หมด และผ่านการเจรจาต่อรองเงื่อนไขทั้งหมดให้ผู้มุ่งหวังเกิดความพึงพอใจได้และการยอมรับ ก็จะสามารถปิดการขายได้เทคนิคที่นำมาใช้นั้นต้องนำมาใช้ให้เหมาะสมกับผู้มุ่งหวังแต่ละราย การปิดการขายนั้นจะสำเร็จได้ต้องหมั่นตรวจสอบและทดลองปิดการขายดู เมื่อวิเคราะห์

ลูกค้าได้ ก็เลือกเทคนิคการปิดที่เหมาะสมได้ เทคนิคที่นำมาใช้ในการปิดการขาย

- ทบทวนจุดขาย
- เหตุการณ์ในอนาคต
- คำถาม(ทำไมหรือขจัดความสงสัย)
- ทักท้วงว่าซื้อหรือสมมติในทางบวก
- ถามคำสั่งซื้อตรงๆ
- ทดลองส่งตัวอย่างมาใช้

ขั้นตอนที่ 7 การติดตามผลและการรักษาลูกค้า

คำถาม เมื่อปิดการขายได้แล้ว คุณมีวิธีการดูแลลูกค้าหลังการขายอย่างไร ให้ลูกค้ามีความพึงพอใจ และใช้สินค้าเราต่อไปเรื่อยๆ

พยายามจัดการเรื่องทุกอย่างที่เกี่ยวข้องให้เรียบร้อยเป็นการพิสูจน์ให้ลูกค้ามองเห็นและยอมรับได้ สอนวิธีการใช้ และ ดูแลแก้ปัญหาต่างๆด้วยตนเอง การบริหารจัดการด้านการบริการหลังการขายอย่างให้มีประสิทธิภาพ เพื่อสร้างความสัมพันธ์ระยะยาวกับลูกค้าและจะนำสินค้าอื่นๆเข้ามาเสนอขายอีก โดยสร้างความเชื่อมั่นจากผลิตภัณฑ์ที่ได้จำหน่ายไปแล้ว

2. ปัญหาที่เกิดขึ้นในกระบวนการขาย การแก้ไข และแนวทางป้องกันปัญหา

คำถาม ช่วยอธิบายถึงปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นในกระบวนการขายของคุณ และคุณมีวิธีแก้ปัญหารวมทั้งแนวทางการป้องกันไม่ให้เกิดปัญหานั้นอีกได้อย่างไร

พบปัญหาราคาผลิตภัณฑ์ ลูกค้าแต่ละรายซื้อผลิตภัณฑ์เดียวกันราคาไม่เท่ากัน การแก้ไขปัญหาคือ

- ชี้แจงรายละเอียดด้านต้นทุนที่ลูกค้ารับทราบมา และอธิบายถึงต้นทุนแฝงต่างๆ ให้ลูกค้าเข้าใจทั้งหมดว่าทำไมแต่ละที่จึงมีการคิดราคาที่แตกต่างกัน อธิบายความแตกต่างของราคาที่เกิดขึ้น ปริมาณในการซื้อ ต้นทุนการลงทุนเครื่องมือทางห้องปฏิบัติการแต่ละที่ไม่เท่ากัน เงื่อนไขพิเศษที่บริษัทมอบให้ เป็นต้น

พบปัญหาความรู้ผลิตภัณฑ์ไม่ชำนาญพอ เพราะสายผลิตภัณฑ์มีมาก การแก้ไขปัญหาคือ

- ศึกษาข้อมูลสม่ำเสมอ และหมั่นชวนขายความรู้เพิ่มเติมในด้านที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ที่เป็นแหล่งข้อมูลจากภายนอกบริษัท ทำการขายทุกๆ ผลิตภัณฑ์สม่ำเสมอ ป้องกันการลืมและเพิ่มความชำนาญในผลิตภัณฑ์ที่ได้ทำการขายนั้นๆ สอบถามด้านข้อมูลพื้นฐาน หรือเชิงลึกที่ยังไม่เข้าใจจากลูกค้าที่สนิท หรือจากผู้เชี่ยวชาญผลิตภัณฑ์ในบริษัท

พบปัญหาภาพลักษณ์ในอดีตไม่ดีต่อบริษัท หรือผลิตภัณฑ์ หรือพนักงานขายคนเก่า การแก้ไขปัญหาคือ

- ตรวจสอบข้อมูลที่แท้จริง ทำการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นทั้งหมดและพิสูจน์ สร้างภาพลักษณ์ใหม่ ให้ลูกค้ามั่นใจในการกลับมาใช้บริการ

พบปัญหาการนำเสนอไม่ถูกคน มีปัญหาการเมืองในองค์กรนั้นๆ การแก้ไขปัญหาคือ

- สร้างความเป็นมิตรกับทุกฝ่าย ค้นหาผู้มีอำนาจตัดสินใจที่แท้จริง ให้เกียรติกับทุกๆ คน โดยไม่เข้าไปยุ่งเรื่องการเมืองในองค์กรนั้นๆ แสดงให้เห็นถึงความจริงใจ และตั้งใจมาขายผลิตภัณฑ์และบริการที่ดีที่สุด

พบปัญหาพื้นที่เขตการขาย ขนาดใหญ่เกินไป การขายและการให้บริการหลังการขายทำอย่างไม่มีประสิทธิภาพเต็มที่ การแก้ไขปัญหาคือ

- ชี้แจงกับทางบริษัทขอให้ลดเขตพื้นที่การขาย เพื่อสามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงขึ้น ใช้ข้อมูลปริมาณลูกค้าเทียบกับจำนวนพนักงานขาย และอ้างอิงถึงบริษัทคู่แข่งว่าใช้พนักงานขายในปริมาณที่มากกว่าในพื้นที่เท่ากันนี้ วางแผนการทำงานให้มีประสิทธิภาพ โดยคัดเลือกงานที่จำเป็นและเร่งด่วนก่อน เรียงลำดับคัดเลือกตามความสำคัญใช้การทำงานทางโทรศัพท์แทนการเข้าพบบ้าง ทำให้สามารถเข้าพบและเยี่ยมลูกค้าได้ครบตามที่ได้วางแผนไว้ ใช้ช่วงระยะเวลาที่เข้าพบมีรอบที่สม่ำเสมอ ลูกค้าจะไม่รู้สึกถึงความห่างเหิน เช่น เข้าทุกๆ ดันเดือน เป็นต้น

3. ปัจจัยแห่งความสำเร็จในกระบวนการขายโดยใช้พนักงานขาย

คำถาม กลยุทธ์และเทคนิคพิเศษที่ท่านมักจะนำมาใช้แล้ว สามารถช่วยให้การขายประสบผลสำเร็จได้ อาจจะเป็นความสามารถ บุคลิกเฉพาะตัว ที่คุณคิดว่าคุณทำได้ดีกว่าคนอื่น

บุคลิกภาพที่ดีทั้งภายในและภายนอก ทักษะที่ดีต่องานขาย มีการแต่งกายที่สะอาด น่าเชื่อถือ มีมนุษยสัมพันธ์ ใช้ความจริงใจต่อลูกค้า รักษาคำพูด สามารถสร้างความประทับใจได้ในการเข้าพบครั้งแรก การสร้างความสัมพันธ์ รู้จักและคุ้นเคยกับผู้มุ่งหวังและผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจสร้างความประทับใจในการให้บริการต่างๆ ที่รวดเร็ว มีประสิทธิภาพ สามารถนำเสนอต่อลูกค้าได้ตรงเวลา ถูกต้อง และครบถ้วน รู้จังหวะในการติดตามงานขาย

การใช้คำถามและการรับฟังที่มีประสิทธิภาพ เพื่อใช้ในขั้นตอนการวิเคราะห์ให้มีความแม่นยำ ความต้องการที่แท้จริงของลูกค้าต่างๆ ในกระบวนการขาย ซึ่งก่อให้เกิดการรับทราบข้อมูลที่ต้องการ และสามารถสร้างบรรยากาศการสนทนาที่ดีระหว่างการขายได้

มีการเตรียมการวางแผนที่ดี มีการนำเสนอข้อมูลอย่างถูกต้องและมีประสิทธิภาพ ทั้งในการจัดเตรียมข้อมูล อุปกรณ์การนำเสนอและข้อต่อรองต่างๆ ในการเจรจาที่จะเกิดขึ้นเมื่อได้เข้า

ทำการเสนอขาย การขจัดข้อโต้แย้งที่เกิดขึ้น ศึกษากระบวนการจัดซื้อขั้นตอนต่างๆ ของลูกค้าได้อย่างดี ตลอดจนวางแผนหาช่องทางในการปิดการขายให้สำเร็จได้

มีความรับผิดชอบต่อตนเองสูง เนื่องจากงานขายเป็นงานศิลปะ และอิสระ สามารถวางแผนการขายและควบคุมการทำงานด้วยตนเอง ถ้ามีการรับผิดชอบที่ดีต่องานขาย สามารถติดตามงานขายได้อย่างต่อเนื่องและมีประสิทธิภาพจะสามารถปิดการขายได้สำเร็จ

4.2.8 พนักงานขายคนที่ 8

พนักงานขายได้รับรางวัล Top Sales in year 2000 ประสบการณ์งานขาย 6 ปี สินค้าที่จำหน่ายน้ำยาตรวจวิเคราะห์ทางเคมีคลินิก และ ภูมิคุ้มกันวิทยา อีกทั้งจะมีเครื่องตรวจวิเคราะห์และอุปกรณ์ทางการแพทย์ปฏิบัติการที่ไม่ต้องใช้น้ำยาใดๆ ด้วย เขตการขายที่รับผิดชอบ คือเขตกรุงเทพมหานคร

1. ข้อมูลเกี่ยวกับขั้นตอนในกระบวนการขายโดยใช้พนักงานขาย

ขั้นตอนที่ 1 การแสวงหาลูกค้าและการกำหนดคุณสมบัติของลูกค้า (Prospecting and Qualifying)

คำถาม คุณจะมีวิธีการคัดเลือกและกำหนดกำหนดคุณสมบัติของผู้ที่จะเป็นลูกค้าอย่างไรบ้าง

การเตรียมตัวเพื่อการเสนอขายในเริ่มต้นนั้นต้องดำเนินการแสวงหาลูกค้าและกำหนดคุณสมบัติของลูกค้าเสียก่อนหารายชื่อจากหนังสือปฏิทินสาธารณสุข และ ทำเนียบโรงพยาบาล เลือกโรงพยาบาลที่มีโอกาสที่จะเข้าไปเสนอขายสินค้าได้ นำมาในการวางแผนทำงาน จำแนกตามขนาดของโรงพยาบาล ประเภทของโรงพยาบาล ความสามารถในการซื้อ ก็จะได้อีกกลุ่มที่จะเป็นลูกค้าเป้าหมายเพื่อเสนอขายสินค้าได้

ขั้นตอนที่ 2 การเตรียมการก่อนเข้าพบลูกค้า

คำถาม การเตรียมการต่างๆ ก่อนเข้าพบลูกค้า คุณมีวิธีการเตรียมตัวและหาข้อมูลต่างๆ ที่จะนำมาใช้ในการเสนอขายอย่างไร

การหาข้อมูลของผู้ที่จะซื้อสินค้าให้มากที่สุด วิเคราะห์ถึงความต้องการ รายละเอียดของข้อมูลที่ต้องการหาอันมีดังนี้ มีขั้นตอนหรือระบบในการตัดสินใจซื้อเป็นอย่างไร เช่น เบ็ดของสอบราคาเป็นรายปี พิจารณาจากราคาต่ำสุด หรือคัดเลือกสินค้าที่คิดว่าดีที่สุดก่อน แล้วจึงเจรจาต่อรองราคา ต้องมีการส่งสินค้ามาให้ทดลองใช้ก่อนหรือไม่ ใครเป็นผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจค้นหาข้อมูลในการจูงใจที่เหมาะสม เช่น ผู้มุ่งหวังเน้น ด้านราคา ด้านเทคโนโลยี ความทันสมัย ด้านการบริการหลังการขาย ด้านความสัมพันธ์อัยศาสตร์ส่วนตัว เป็นต้นจะเก็บรวบรวมข้อมูลเบื้องต้นจากคนรอบข้างของผู้มุ่งหวังหรือตัวผู้มุ่งหวังโดยตรง แล้วก็จะมีการเตรียมการและวางแผนการเสนอขาย

พิจารณาระยะเวลาความเร่งด่วนของผู้มุ่งหวัง ข้อเสนอและเงื่อนไข ครบถ้วน ตรงกับความต้องการของผู้มุ่งหวังแต่ละราย

ขั้นตอนที่ 3 การเข้าพบลูกค้า

คำถาม คุณมีวิธีการเข้าพบลูกค้าอย่างไรบ้าง

ผู้ที่มีอำนาจตัดสินใจมักจะเป็นหัวหน้าห้องปฏิบัติการ หรือหัวหน้าประจำงานนั้นๆ บางครั้งเป็นคณะกรรมการพิจารณาพัสดุ ในขั้นตอนการเข้าพบจึงไม่ยุ่งยาก สามารถเข้าพบได้โดยตรง ไม่ว่าจะพิจารณาเดี่ยวหรือกลุ่ม การเข้าพบจะพยายาม ขอเข้าพบเป็นรายบุคคล หรือ กลุ่มเล็กๆ จะนำเสนอได้ดีกว่า เข้าพบพร้อมกันเป็นกลุ่มที่ใหญ่ การเข้าพบจะมีการนัดหมายล่วงหน้า เพื่อความพร้อมในการให้เข้าพบ จะสร้างความประทับใจในการเข้าพบครั้งแรก ให้เกิดความเชื่อมั่นต่อตัวเรา ด้วยทั้งบุคลิกที่ดีทั้งภายในและภายนอก ให้ผู้มุ่งหวังรับรู้ได้ว่าเราได้นำสิ่งที่ดีมาให้ สามารถเปิดใจไปสู่การเสนอขายได้

ขั้นตอนที่ 4 การเสนอขาย และการสาธิต

คำถาม คุณใช้กลยุทธ์และเทคนิคอะไรในการนำมาใช้เสนอขายหรือสาธิตผลิตภัณฑ์

การที่จะทำให้การเสนอขายให้มีความสมบูรณ์ ถูกต้อง ตรงใจผู้มุ่งหวัง ต้องใช้การฝึกฝนให้เกิดความชำนาญ ศึกษาข้อมูลให้มีความแม่นยำ วิธีการในการนำเสนอแตกต่างกัน หมั่นตรวจสอบการตอบสนองของผู้ฟัง เน้นการสื่อสาร 2 ทาง เพื่อการสนทนาที่ราบรื่น ไม่ถูกขัดจังหวะหรือ ล่มในระหว่างการเสนอขาย พยายามใช้ภาษาของผู้มุ่งหวังเพื่อให้เข้าใจได้ง่าย

คำถาม แล้วถ้าการขายสินค้าที่เข้าใจยากหรือมีความซับซ้อน ทำอย่างไรครับ

อาจต้องยกตัวอย่างที่ใกล้ตัวจะมองภาพได้ชัดเจนกว่าการนำเสนอหลายๆ ถ้าเสนอสิ่งที่ยากต่อการเข้าใจต้องใช้การเสนอหลายๆ ครั้ง วางแผนเป็นที่ละขั้นตอนค่อยๆ เพิ่มรายละเอียดที่ซับซ้อน และการได้เข้าพบบ่อยๆ นั้นสามารถสร้างความสัมพันธ์ และลูกค้าจะเข้าใจข้อมูลได้ดีขึ้น รวมถึงการเตรียมพร้อมเอกสารที่นำเสนอและข้อมูลอื่นมาประกอบย่อมจะทำให้เข้าใจง่าย และมีความมั่นใจในตัวสินค้าได้

ขั้นตอนที่ 5 การขจัดข้อโต้แย้ง

คำถาม ถ้าผู้มุ่งหวังเกิดข้อโต้แย้งขึ้นมา แล้วคุณจะมีวิธีการใดในการขจัดข้อโต้แย้งที่เกิดขึ้น

การขจัดข้อโต้แย้งจากผู้มุ่งหวังเป็นสิ่งที่มิอิทธิพลในการตัดสินใจมากถ้าสามารถขจัดข้อโต้แย้งสำคัญในใจผู้มุ่งหวังให้หมดได้ นั้น ก็สามารถทำการปิดการขายให้ประสบผลสำเร็จได้ ต้องเลือกใช้คำตอบหรือวิธีการให้เหมาะกับสไตล์ของผู้มุ่งหวัง เช่น ถ้าชอบวิชาการ ก็ต้องตอบเชิงวิชาการหาเอกสารหนังสือรับรองจากสถาบันที่มีชื่อเสียง หรืองานวิจัยต่างมาช่วยในการขจัดข้อโต้แย้ง ถ้ามีความชอบความสะดวกสบายก็พยายามอธิบายให้รู้สึกถึงความง่ายไม่ยุ่งยาก ก็จะพอใจได้

ควรใช้เวลาที่รวดเร็ว ในการจัดการกับปัญหาหรือข้อโต้แย้งที่เกิดขึ้น ให้ความรู้สึกว่าสนใจทุกๆข้อโต้แย้ง แต่พิจารณาตอบเฉพาะข้อโต้แย้งจริงๆ จากนั้นพยายามปิดการขายให้ได้

ขั้นตอนที่ 6 การปิดการขาย

คำถาม จากประสบการณ์ที่ผ่านมา คุณมีวิธีการปิดการขายอย่างไรที่มีประสิทธิภาพ และเป็นวิธีที่นำมาใช้เสมอๆ

ก่อนการปิดการขายต้องวิเคราะห์ความต้องการที่แท้จริงให้ได้เมื่อมั่นใจแล้วว่า ได้อธิบายสินค้าจนเข้าใจ รับทราบถึงประโยชน์ของสินค้าแล้ว ขจัดข้อโต้แย้งให้เป็นที่พอใจแล้ว เราเหนือกว่าคู่แข่งขั้นก็สมควรจะทำการปิดการขาย แม้ว่าจะปิดครั้งแรกไม่สำเร็จ ตรวจสอบสาเหตุให้แน่ใจ แล้วปิดการขายซ้ำๆอีก อาจลองเปลี่ยนวิธีการปิด หรือใช้คำพูดประโยคใหม่ เพื่อไม่ให้ผู้มุ่งหวังไม่รู้สึกรำคาญ หรือรู้สึกอึดอัด เทคนิค และกลยุทธ์ที่นำมาใช้นั้น ต้องมีการนำมาใช้ให้เหมาะสมกับผู้มุ่งหวังแต่ละราย ต้องมีการปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ให้เร็วและเหมาะสมที่สุด

เทคนิคที่นำมาใช้ในการปิดการขาย

- ถามคำสั่งซื้อตรงๆ
- ให้ข้อเสนอพิเศษ
- เหตุการณ์ในอนาคต
- โอกาสสุดท้าย
- ทบทวนจุดขาย
- ทดลองสั่ง

ขั้นตอนที่ 7 การติดตามผลและการรักษาลูกค้า

คำถาม เมื่อปิดการขายได้แล้ว คุณมีวิธีการดูแลลูกค้าหลังการขายอย่างไร ให้ลูกค้ามีความพึงพอใจ และใช้สินค้าเราต่อไปเรื่อยๆ

การบริการหลังการขายอย่างให้มีคตินั้นย่อมสร้างความพึงพอใจได้ จากที่ได้ศึกษาระบบการจัดซื้อของลูกค้ามาแล้ว สามารถปฏิบัติตามนั้น ลูกต้องทั้งเอกสาร และตัวสินค้า กำหนดการส่งมอบของ เข้าไปช่วยจัดการ อำนวยความสะดวกให้ลูกค้า และแนะนำการใช้ผลิตภัณฑ์ด้วยตนเอง สร้างความสัมพันธ์ระยะยาวกับลูกค้า แม้ว่าจะไม่สามารถปิดการขายได้สำเร็จ ก็จะสร้างความสัมพันธ์และเปิดประตูการขายไว้เพื่อกลับมาขายภายในภายหน้า โดยหมั่นเข้ามาพบลูกค้าสม่ำเสมอ และหาโอกาสในการเสนอสินค้าอีกครั้ง ถ้าผู้มุ่งหวังมีความต้องการหรือเกิดปัญหาขึ้น

2. ปัญหาที่เกิดขึ้นในกระบวนการขาย การแก้ไข และแนวทางป้องกันปัญหา

คำถาม ช่วยอธิบายถึงปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นในกระบวนการขายของคุณ และคุณมีวิธีแก้ปัญหา

พร้อมทั้งแนวทางการป้องกันไม่ให้เกิดปัญหานั้นอีกได้อย่างไร

พบปัญหาราคาแพงกว่าคู่แข่ง และราคาตลาด การแก้ไขมีดังนี้

- การนำเสนอ เสนอที่คุณภาพ การบริการหลังการขาย ให้ลูกค้าคำนึงถึงเรื่องราคาในอันดับหลังสุด หามูลค่าเพิ่มต่างๆ ในผลิตภัณฑ์ให้ลูกค้ายอมรับ สร้างความสัมพันธ์ส่วนตัวให้ดีขึ้น ลูกค้าจะคลายกังวล และจะไม่คำนึงถึงราคาที่แตกต่าง

พบปัญหาความรู้ผลิตภัณฑ์ไม่ชำนาญพอ เพราะสายผลิตภัณฑ์มีมาก การแก้ไขปัญหาคือ

- ศึกษาข้อมูลสม่ำเสมอ และหมั่นขวนขวายความรู้เพิ่มเติมในทุกๆด้านที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ ทำการขายทุกๆ ผลิตภัณฑ์สม่ำเสมอ ป้องกันการลืมและเพิ่มความชำนาญในผลิตภัณฑ์ที่ได้ทำการขายนั้นๆ สอบถามด้านข้อมูลพื้นฐาน หรือเชิงลึกที่ยังไม่เข้าใจจากลูกค้าที่สนิท หรือจากผู้เชี่ยวชาญผลิตภัณฑ์ในบริษัท

3. ปัจจัยแห่งความสำเร็จในกระบวนการขายโดยใช้พนักงานขาย

คำถาม กลยุทธ์และเทคนิคพิเศษที่ท่านมักจะนำมาใช้แล้ว สามารถช่วยให้การขายประสบผลสำเร็จ

ได้ อาจจะเป็นความสามารถ บุคลิกเฉพาะตัว ที่คุณคิดว่าคุณทำได้ดีกว่าคนอื่น

มีความสามารถการจูงใจ เรื่องคุณภาพมากกว่าเรื่องราคา บางครั้งในการแข่งขันที่รุนแรง คู่แข่งขันอาจจะใช้สงครามราคา ด้านราคาของผลิตภัณฑ์ไม่แตกต่างต้องเน้นถึงคุณภาพ ประโยชน์และบริการหลังการขายอื่นๆ ให้ลูกค้าประทับใจได้ถึงความแตกต่างก็จะสามารถปิดการขายได้ ในบางครั้งราคาต่ำกว่าก็ไม่สามารถชนะในการขายได้

รู้จักความต้องการที่แท้จริงของลูกค้า สามารถปรับตัวตามความต้องการ เตรียมการวางแผนจะได้เปรียบคู่แข่ง สามารถนำเสนอสิ่งที่ผู้มุ่งหวังต้องการได้ดีตรงเป้าหมาย และสามารถปิดการขายได้ในที่สุด

ด้านบุคลิกภาพร่าเริง อารมณ์ดี ใจเย็นในการอธิบาย กระตือรือร้นในการช่วยเหลือแก้ปัญหา มีการแต่งกายที่ดี สามารถสร้างความประทับใจได้ในการเข้าพบ ลูกค้ามีความยินดีที่จะได้คบค้าสมาคมด้วย

4.2.9 พนักงานขายคนที่ 9

พนักงานขายได้รับรางวัล Top Sales in year 1999,2000 ประสบการณ์งานขาย 7 ปี สินค้าที่จำหน่าย เครื่องเพาะเลี้ยงเชื้อจากเลือดแบบอัตโนมัติ พร้อมขวดอาหารเลี้ยงเชื้อ น้ำยาวิเคราะห์โรคทางเคมีคลินิก เครื่องตรวจวัดและน้ำยาทางด้านภูมิคุ้มกันวิทยา ลักษณะงานนั้น จะขาย

เครื่องมือหรือบริษัทติดตั้งเครื่องมือเพื่อให้ใช้ร่วมกับน้ำยาของทางบริษัท เขตการขายที่รับผิดชอบ
เขตกรุงเทพมหานคร

1. ข้อมูลเกี่ยวกับขั้นตอนในกระบวนการขายโดยใช้พนักงานขาย

ขั้นตอนที่ 1 การแสวงหาลูกค้าและการกำหนดคุณสมบัติของลูกค้า

คำถาม คุณจะมีวิธีการคัดเลือกและกำหนดกำหนดคุณสมบัติของผู้ที่จะเป็นลูกค้าอย่างไรบ้าง

การแสวงหาลูกค้าและกำหนดคุณสมบัติของลูกค้าเบื้องต้นนั้นจะต้องศึกษาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ห้องปฏิบัติการในโรงพยาบาลทั้งหมดที่มีจำหน่าย ในบริษัทก่อน จากนั้นสามารถกำหนดคุณสมบัติของลูกค้าชื่อผลิตภัณฑ์แต่ละกลุ่มได้ ทางบริษัทได้มีการจัดทำเกณฑ์มาตรฐานการคัดเลือกผู้ที่จะเป็นลูกค้าไว้เรียบร้อยแล้ว จะนำมาพิจารณาและประยุกต์เพิ่มเติมให้เหมาะสมกับเขตการขายของตนอีกครั้ง อาจใช้หลักเกณฑ์การแบ่งส่วนตลาด เช่นประเภทของโรงพยาบาล (รัฐบาล เอกชน โรงพยาบาลเฉพาะด้าน) จำแนกตามขนาดของโรงพยาบาล ความสามารถในการซื้อ การแสวงหาลูกค้าและการกำหนดคุณสมบัติลูกค้ามีความสำคัญต่อการบริหารเวลามาก เนื่องจากเขตพื้นที่การขายในความรับผิดชอบมีจำนวนผู้ที่มีโอกาสจะซื้อมีมากมายและลูกค้ามากมาย สามารถนำหลักของ 20/80 มาช่วยในการทำงานได้สามารถอธิบายได้ว่าใน 20% ของผู้มุ่งหวังทั้งหมดสามารถทำให้ยอดขายได้ถึง 80% ของยอดขายที่ต้องการ และควรทุ่มเทเวลา 80% ที่มีให้กับผู้มุ่งหวัง 20% กลุ่มนี้ ดังนั้นการคัดเลือกและการกำหนดคุณสมบัติผู้ที่จะเป็นลูกค้า นั้น ควรจะทำอย่างมีประสิทธิภาพ

ขั้นตอนที่ 2 การเตรียมการก่อนเข้าพบลูกค้า

คำถาม การเตรียมการต่างๆ ก่อนเข้าพบลูกค้า คุณมีวิธีการเตรียมตัวและหาข้อมูลต่างๆ ที่จะนำมาใช้ในการเสนอขายอย่างไร

การเตรียมการก่อนการเข้าพบหาข้อมูลของผู้มุ่งหวังให้มากที่สุด หาข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อตรวจสอบว่าผู้มุ่งหวังอยู่ในเกณฑ์ หรือมีโอกาสในการเสนอขายหรือไม่ รายละเอียดของข้อมูลที่ต้องการหา นั้นมีดังนี้ ต้องค้นหา ความต้องการที่แท้จริงของผู้มุ่งหวัง เพื่อจะได้วางแผนการนำเสนอให้ตรงกับความต้องการ ทั้งในด้านงบประมาณที่มี ปริมาณที่ต้องการซื้อ เงื่อนไขอื่นๆ ที่สามารถสร้างความพึงพอใจได้ ใครเป็นผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจ ใครเป็นคนตัดสินใจในการ สั่งซื้อมีขั้นตอนในการตัดสินใจซื้ออย่างไรบ้าง จะตัดสินใจเมื่อไร รายละเอียดข้อมูลต่างๆ ทั้งในด้านนิสัยส่วนตัวของผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจ มีคู่แข่งชั้นรายใดบ้าง ข้อเสนอด้านราคา อย่างไรบ้าง

คำถาม เมื่อรวบรวมข้อมูล แล้วทำอย่างไรต่อไปอีกครับ

หลังจากได้รวบรวมข้อมูลที่สำคัญในการขายแล้ว ก็จะมีการเตรียมการและวางแผนการเสนอขาย จะใช้อุปกรณ์การขายดังต่อไปนี้ แผนโฆษณา รายละเอียดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ เอกสารรวบรวมข้อดี ข้อเด่น ของผลิตภัณฑ์ ตัวอย่างผลิตภัณฑ์เพื่อสาธิต เอกสารยืนยันทางวิชาการไป

รายนามลูกค้าเพื่อใช้เป็นแหล่งอ้างอิง เอกสารเปรียบเทียบกับสินค้าอื่นในตลาด เพิ่มการนำเสนอ อาจเป็น รูปภาพ ตัวอย่างใบรายงาน มีการจัดการเตรียมให้ตรงกับความต้องการของผู้มุ่งหวัง จัดส่ง ให้ลูกค้าภายในเวลาที่รวดเร็ว เพื่อแสดงความตั้งใจในการขาย จากนั้นจะติดตามเข้าไปทำการขาย ในเวลาอันใกล้เสียง จะพยายามสร้างความสัมพันธ์กับบุคคลรอบข้าง ก่อนที่จะนำเสนอขาย

ขั้นตอนที่ 3 การเข้าพบลูกค้า

คำถาม คุณมีวิธีการเข้าพบลูกค้าอย่างไรบ้าง

การเข้าพบผู้ที่มีอำนาจตัดสินใจซึ่งมักจะเป็นหัวหน้าห้องปฏิบัติการ โรงพยาบาล ใน ขั้นตอนการเข้าพบจึงไม่ยุ่งยาก สามารถเข้าพบได้โดยตรง ก่อนการเข้าพบจะมีการนัดหมายวันเวลา ล่วงหน้าทาง โทรศัพท์ เพื่อความพร้อมในการให้เข้าพบ การเข้าพบนี้มักจะเตรียมตัวให้พร้อมใน การเข้าพบ และทราบถึงความต้องการหรือปัญหาของผู้มุ่งหวังมาแล้ว จึงนำเสนอเพื่อกระตุ้น ผู้มุ่งหวังให้มีความสนใจ และเต็มใจในการเข้าพบ และสามารถเปิดใจให้ผู้มุ่งหวังสู่การเสนอขายได้

ขั้นตอนที่ 4 การเสนอขาย และการสาธิต

คำถาม คุณใช้กลยุทธ์และเทคนิคอะไรในการนำมาใช้เสนอขายหรือสาธิตผลิตภัณฑ์

นำเสนออธิบายอย่างจริงจัง อธิบายให้ผู้มุ่งหวังมองภาพออกว่าผลิตภัณฑ์มีประโยชน์ อย่างไร จะสามารถสนองความต้องการและแก้ปัญหาได้อย่างไร การสนทนาเกิดด้วยความเต็มใจ ไม่ เกิดภาวะกดดัน มีการสื่อสารสองทาง ระหว่างตัวเรากับผู้มุ่งหวังเพื่อตรวจสอบความเข้าใจอย่าง สม่ำเสมอ เตรียมเอกสาร ความรู้ ข้อมูล เอกสารทางวิชาการทุกอย่างให้ครอบคลุมและสมบูรณ์ ตรงกับปัญหาและความต้องการ สร้างความเชื่อถือได้จาก การมีความพร้อม บุคลิกภาพ การแต่งกาย กิริยามารยาท ความมั่นใจ การนำเสนอจะปรับให้เหมาะสมกับสถานการณ์ ตรงตามกับผู้มุ่งหวัง ต้องการ

ขั้นตอนที่ 5 การขจัดข้อโต้แย้ง

คำถาม ถ้าผู้มุ่งหวังเกิดข้อโต้แย้งขึ้นมา แล้วคุณจะมีวิธีการใดในการขจัดข้อโต้แย้งที่เกิดขึ้น

การขจัดข้อโต้แย้งจากผู้มุ่งหวังอาจเกิดทั้งขณะและหลังการนำเสนอ ได้ควรวิเคราะห์ ประเด็นให้ชัดเจนและตอบข้อซักถามให้ตรงและ ขจัดข้อโต้แย้งหมดจากใจให้ได้ ไม่จำเป็นต้องไป ที่ทุกข้อโต้แย้งจะต้องขจัดภายในทันที อาจต้องค้นคว้าข้อมูลเพิ่มเติมบางข้อโต้แย้งเป็นข้อ โต้แย้งที่ซับซ้อนต้องให้ผู้เชี่ยวชาญผลิตภัณฑ์ของบริษัท (Product Specialist) มาช่วยในการตอบคำ ถาม หรืออาจต้องใช้ผู้เชี่ยวชาญผลิตภัณฑ์จากบริษัทแม่ที่ต่างประเทศช่วยตอบคำถามขจัดข้อโต้แย้ง นั้นๆ การใช้เอกสารทางวิชาการสามารถสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้มุ่งหวังดีกว่าการพูดเพียงอย่าง เดียว ควรใช้เวลาที่รวดเร็วในการตอบสนอง การจัดการกับปัญหาหรือข้อโต้แย้งที่เกิดขึ้น

คำถาม ถ้าตอบข้อโต้แย้งแล้วผู้มุ่งหวังไม่มั่นใจ หรือยังไม่เชื่อถือ มีวิธีการอย่างไรบ้างครับ

ข้อโต้แย้งบางอย่างอาจ สามารถสร้างความมั่นใจคือ พาผู้มุ่งหวังไปดูการทำงานในสถานที่ที่มีการปฏิบัติงานจริง ได้ซักถามและศึกษาข้อมูล ข้อเสนอจากผู้ปฏิบัติงานจริง (ลูกค้ารายอื่นที่ใช้ผลิตภัณฑ์) บางครั้งข้อโต้แย้งที่เกิดขึ้นอาจเป็นจริงหรือเท็จ ต้องศึกษาและวิเคราะห์ให้ได้ ถ้าไม่สามารถจัดการได้ อาจจะต้องเป็นตัวประสานระหว่างบริษัทกับผู้มุ่งหวังให้จัดข้อโต้แย้งให้ลุล่วงไปได้ถ้าไม่สามารถปิดการขายได้ อาจนำมาเป็นการเรียนรู้ข้อผิดพลาดได้ป้องกันไม่ให้เกิดปัญหาหรือข้อโต้แย้งนั้นๆ ขึ้นมาอีกได้

ขั้นตอนที่ 6 การปิดการขาย

คำถาม จากประสบการณ์ที่ผ่านมา คุณมีวิธีการปิดการขายอย่างไรที่มีประสิทธิภาพ และเป็นวิธีที่นำมาใช้เสมอๆ

กระบวนการนำเสนอขาย การขจัดข้อโต้แย้ง และการเจรจาต่อรองต่างๆ ถ้าผู้มุ่งหวังมีความสนใจ อาจจะแสดงสัญญาณซื้อบางอย่างออกมาได้ ต้องคอยหมั่นสังเกตและทดลองปิดการขายสม่ำเสมอ ไม่ย่อท้อ กลยุทธ์ที่ใช้ในนั้นต้องเลือกนำมาใช้ให้เหมาะสมกับผู้มุ่งหวังแต่ละราย เมื่อสามารถขจัดข้อโต้แย้งได้หมด และการเจรจาต่อรองเงื่อนไขต่างๆซึ่งทำให้ผู้มุ่งหวังเกิดความพึงพอใจและการยอมรับแล้ว ก็จะสามารถปิดการขายได้ ในช่วงเวลาที่ผู้มุ่งหวังใกล้จะพิจารณาซื้อแล้ว จะเพิ่มความถี่ในการเข้าพบมาก จนสามารถขจัดข้อโต้แย้งและปิดการขายได้ในที่สุดเทคนิคที่นำมาใช้ในการปิดการขาย คือ

- ทบทวนจุดขาย
- ถามคำสั่งซื้อตรงๆ
- ทักท้วงว่าซื้อหรือสมมติในทางบวก
- แนะนำให้เป็นเจ้าของ
- เหตุการณ์ในอนาคต
- ให้ข้อเสนอพิเศษ
- ทดลองสั่ง

ขั้นตอนที่ 7 การติดตามผลและการรักษาลูกค้า

คำถาม เมื่อปิดการขายได้แล้ว คุณมีวิธีการดูแลลูกค้าหลังการขายอย่างไร ให้ลูกค้ามีความพึงพอใจ และใช้สินค้าเราต่อไปเรื่อยๆ

เนื่องจากลักษณะของผลิตภัณฑ์ห้องปฏิบัติการโรงพยาบาล อาจเป็นทั้งเครื่องมือทางห้องปฏิบัติการโรงพยาบาล และน้ำยาตรวจวิเคราะห์โรค ซึ่งเป็นการซื้อที่ผูกพันและใช้ต่อเนื่องไป การบริการหลังการขายสามารถสร้างชื่อเสียงให้กับพนักงานขายและบริษัทได้ ต้องตรวจสอบการ

ใช้งาน และหมั่นเขียนเขียนลูกค้าเสมอๆ คอยให้คำแนะนำ และการแก้ไขปัญหา อย่างทันที่ที่อาจ รวมถึงการให้บริการที่ดีของทีมช่างด้วย

2. ปัญหาที่เกิดขึ้นในกระบวนการขาย การแก้ไข และแนวทางป้องกันปัญหา

คำถาม ช่วยอธิบายถึงปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นในกระบวนการขายของคุณ และคุณมีวิธีแก้ปัญหารวม ทั้งแนวทางการป้องกันไม่ให้เกิดปัญหานั้นอีกได้อย่างไร

พบปัญหาเงื่อนไขการลงทุนติดตั้งเครื่องมือทางห้องปฏิบัติการให้ลูกค้าใช้ร่วมกับน้ำยาวิเคราะห์โรคนั้น บริษัทตั้งเงื่อนไขสูงเกินกว่าที่ผู้มุ่งหวังจะอยู่ในเกณฑ์ การแก้ไขมีหลายวิธี

- การเจรจาต่อรองกับผู้มุ่งหวัง ถึง มาตรฐานราคาที่กำหนดกับปริมาณการสั่งซื้อที่บริษัทกำหนดเงื่อนไขไว้ อาจจะขอเพิ่มราคาสินค้า ถ้าปริมาณการสั่งซื้อเพิ่มขึ้นถึงเกณฑ์ของบริษัท ก็จะลดราคาตามที่ราคามาตรฐาน และศึกษาข้อมูลผู้มุ่งหวังโดยละเอียด และพิจารณาแนวโน้มในอนาคต ถ้ามีแนวโน้มที่ดีขึ้นจะนำเสนอข้อมูลต่อรองกับทางบริษัทเพื่อให้ทางบริษัทลดหย่อนเงื่อนไขและเกณฑ์การพิจารณาให้เหมาะสมกับผู้มุ่งหวังรายนั้นๆ

พบปัญหาราคาแพงกว่าคู่แข่ง และราคาตลาด การแก้ไขมีดังนี้

- การนำเสนอ เสนอที่คุณภาพ การบริการหลังการขาย ให้ลูกค้าคำนึงถึงเรื่องราคาในอันดับหลังสุด หารมูลค่าเพิ่ม (Value added) ต่างๆ ในผลิตภัณฑ์ให้ลูกค้ายอมรับ สร้างความสัมพันธ์ส่วนตัวให้ดีขึ้น ลูกค้าจะคลายกังวล และจะไม่คำนึงถึงราคาที่แตกต่าง

พบปัญหาราคาผลิตภัณฑ์ ลูกค้าแต่ละรายซื้อผลิตภัณฑ์เดียวกันราคาไม่เท่ากัน การแก้ไขปัญหาคือ

- อธิบายความแตกต่างของราคาที่เกิดขึ้น ปริมาณในการซื้อ, ต้นทุนการลงทุนเครื่องมือทางห้องปฏิบัติการแต่ละที่ไม่เท่ากัน บางราคาอาจไม่แสดงถึงของแถมหรือเงื่อนไขพิเศษที่บริษัทมอบให้ เป็นต้น

พบปัญหาความรู้ผลิตภัณฑ์ไม่ชำนาญพอ เพราะสายผลิตภัณฑ์มีมาก การแก้ไขปัญหาคือ

- ศึกษาข้อมูลสม่ำเสมอ และหมั่นชวนขอความช่วยเหลือเพิ่มเติมในทุกๆด้านที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ ทำการขายทุกๆ ผลิตภัณฑ์สม่ำเสมอ ป้องกันการลืมและเพิ่มความชำนาญในผลิตภัณฑ์ที่ได้ทำการขายนั้นๆ สอบถามด้านข้อมูลพื้นฐาน หรือเชิงลึกที่ยังไม่เข้าใจจากลูกค้าที่สนิท หรือจากผู้เชี่ยวชาญผลิตภัณฑ์ในบริษัท

พบปัญหา ทีมช่างในการดูแลเครื่องมือทางห้องปฏิบัติการไม่เพียงพอ การแก้ไขปัญหาคือ

- เรียนรู้การซ่อมและแก้ไขปัญหาแบบเบื้องต้นและจดจำ สามารถช่วยลูกค้าในการแก้ไขปัญหาในบางปัญหาได้ ให้ทีมช่างสอนและอธิบายลูกค้าให้ใช้เครื่องมืออย่างถูกวิธี การ

คุณแลร์กษาและสามารถแก้ไขเบื้องต้นได้แจ้งลูกค้า ถ้าเครื่องมือที่คุณแลร์กษาคิด ไม่พบปัญหา การเสียจากการใช้งานผิดพลาด บริษัทจะมอบรางวัลการดูแลเครื่องมือให้แก่ลูกค้า

พบปัญหาการคอร์ปชั่นในการขาย ซึ่งทางแก้ไขปัญหาคือ

พยายามทำในขั้นตอนกระบวนการขายให้ดีที่สุด และมอบภารกิจการเจรจาต่อรองเงื่อนไขพิเศษให้กับหัวหน้าพนักงานขาย หรือผู้มีอำนาจที่สูงกว่าในการตัดสินใจ ทำการเสนอขายและสร้างอิทธิพลตลอดจนอำนาจต่อรองมาอยู่ที่พลังมวลชน ทำให้ผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจมีหลายๆคนมาช่วยในการตัดสินใจเลือกซื้อ ทำการแข่งขันอย่างโปร่งใส การคอร์ปชั่นก็จะสามารถกำจัดได้

3. ปัจจัยแห่งความสำเร็จในกระบวนการขายโดยใช้พนักงานขาย

คำถาม กลยุทธ์และเทคนิคพิเศษที่ท่านมักจะนำมาใช้แล้ว สามารถช่วยให้การขายประสบผลสำเร็จได้ อาจจะเป็นความสามารถ บุคลิกเฉพาะตัว ที่คุณคิดว่าคุณสามารถดีกว่าคนอื่น

บุคลิกภาพ ที่กระตือรือร้น ความขยันหมั่นเพียร ในการทำงาน สร้างความประทับใจในการให้บริการต่างๆ ที่รวดเร็ว มีประสิทธิภาพ มีความรับผิดชอบต่อนตนเอง สามารถวางแผนการขายและควบคุมการทำงานด้วยตนเอง สร้างความสัมพันธ์เข้ากันได้กับคนทุกระดับ ได้ใช้ความจริงใจต่อลูกค้า รักษาคำพูดและจรรยาบรรณของนักขาย สามารถจดจำรายละเอียดปลีกย่อยของลูกค้าและผู้มุ่งหวัง เช่น จดจำน้ำเสียงลูกค้าได้ ทราบวันเกิด ทราบความชอบหรือไม่ชอบของลูกค้า

มีความแม่นยำในการวิเคราะห์ ความต้องการที่แท้จริงของลูกค้า จะอ่านลูกค้าออกว่าต้องการอะไร สามารถนำเสนอสิ่งที่ผู้มุ่งหวังต้องการ ได้ตรงเป้าหมาย การเรียนรู้ด้านผลิตภัณฑ์ ระบบการจัดการต่างๆ ของบริษัท และระบบการจัดซื้อขั้นตอนต่างๆ ของลูกค้าได้อย่างดี คอยช่วยเหลือแก้ไขปัญหาลูกค้าจึงทำงานได้สะดวกขึ้นและมีความไว้วางใจในการให้บริการ

4.2.10 พนักงานขายคนที่ 10

พนักงานขายได้รับรางวัล Top Sales in year 1999,2000 ประสบการณ์งานขาย 10 ปี สินค้าที่จำหน่าย ขายอุปกรณ์และเครื่องมือต่างๆ ทางห้องปฏิบัติการและงานวิจัยด้านห้องปฏิบัติการ ส่วนมากจะเป็นการขายเฉพาะเครื่อง ไม่มีน้ำยาประกอบการขาย จะเป็นงานที่เสนอให้ลูกค้าตั้งงบประมาณเพื่อซื้ออุปกรณ์ หรือการเปิดซองสอบราคา เขตการขายที่รับผิดชอบคือ เขตกรุงเทพมหานคร

1. ข้อมูลเกี่ยวกับขั้นตอนในกระบวนการขายโดยใช้พนักงานขาย

ขั้นตอนที่ 1 การแสวงหาลูกค้าและการกำหนดคุณสมบัติของลูกค้า

คำถาม คุณจะมีวิธีการคัดเลือกและกำหนดกำหนดคุณสมบัติของผู้ที่จะเป็นลูกค้าอย่างไรบ้าง

ก่อนที่จะเริ่มต้นขายนั้น ต้องรู้จักตัวเองก่อนศึกษาเกี่ยวกับ ผลิตภัณฑ์ทั้งหมดที่มี ในบริษัทก่อน แล้วจึงมองออกไปว่าในเขตพื้นที่การขาย ภาครัฐเพื่อพิจารณา คัดเลือกออกมาเป็นผู้มุ่งหวังที่เหมาะสม หรือเปิดหนังสืองบประมาณประจำปีของกระทรวงสาธารณสุข และพิจารณาข้อมูลว่ามีบสำหรับเครื่องมือของบริษัทเราหรือไม่ ก็จะค้นหาหน่วยงานที่ได้ของงบประมาณนั้นไว้ จากนั้นเตรียมการเข้าไปพบเพื่อเสนอขายต่อไป

ขั้นตอนที่ 2 การเตรียมการก่อนเข้าพบลูกค้า

คำถาม การเตรียมการต่างๆ ก่อนเข้าพบลูกค้า คุณมีวิธีการเตรียมตัวและหาข้อมูลต่างๆ ที่จะนำมาใช้ในการเสนอขายอย่างไร

หลังจากได้ลูกค้าที่ผ่านเกณฑ์การคัดเลือกเบื้องต้นมาแล้ว จากนั้นจะเริ่มขั้นตอน การหาข้อมูลของผู้มุ่งหวังให้ถูกต้องและครอบคลุมที่สุด การที่ต้องหาข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อให้แน่ใจว่าผู้มุ่งหวังอยู่ในเกณฑ์ที่ควรเข้าพบเสนอขายหรือไม่ และหาข้อมูลต่างๆ ที่นำมาใช้ในการวางแผนเพื่อการเตรียมตัวในการเสนอขายรายละเอียดของข้อมูลที่ต้องการหา นั้นมักจะเกี่ยวข้องกับ ผู้มุ่งหวังมีความต้องการที่แท้จริง มีศักยภาพในการซื้ออยู่ในระดับใด ขั้นตอนในการตัดสินใจซื้ออย่างไรบ้าง จะตัดสินใจเมื่อไร ใครมีอำนาจสูงสุดในการตัดสินใจ ข้อเสนอด้านราคา และมีเงื่อนไขของคู่แข่งขั้นเป็นอย่างไร สไลด์ต่างๆของผู้มุ่งหวังทัศนคติที่มีต่อบริษัทหรือผลิตภัณฑ์เป็นอย่างไร หาข้อมูลอันเป็นเหตุจูงใจผู้มุ่งหวัง ให้รีบตัดสินใจเร็วขึ้นได้ เป็นต้น จากนั้นจะนำข้อมูลมาประมวลผล และวางแผนวางกลยุทธ์ในการนำเสนอขาย มีการจัดเตรียม ให้เหมาะสมสำหรับลูกค้าแต่ละรายการนำเสนอขาย จะมี อุปกรณ์ช่วยในการเสนอขายดังนี้ แผ่นโฆษณา รายละเอียดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ เอกสารรวบรวมจุดขาย ของผลิตภัณฑ์ ตัวอย่างผลิตภัณฑ์เพื่อสาธิต

ขั้นตอนที่ 3 การเข้าพบลูกค้า

คำถาม คุณมีวิธีการเข้าพบลูกค้าอย่างไรบ้าง

ความสำคัญของการเข้าพบคือความประทับใจในการเข้าพบครั้งแรก สร้างทัศนคติที่ดี และความเชื่อมั่นต่อนักขาย มีความสนใจและยินดีในการที่ได้พบนักขาย ต้องสามารถกระตุ้น และเปิดใจในการเสนอขายได้ ในขั้นตอนการเข้าพบจึงไม่ยุ่งยากมาก สามารถเข้าพบได้โดยตรง ก็จะมีการนัดหมายล่วงหน้าทางโทรศัพท์ เพื่อความสะดวกในการให้เข้าพบ

ขั้นตอนที่ 4 การเสนอขาย และการสาธิต

คำถาม คุณใช้กลยุทธ์และเทคนิคอะไรในการนำมาใช้เสนอขายหรือสาธิตผลิตภัณฑ์

กลยุทธ์และเทคนิคในการนำเสนอ นั้น มีหลักการก็คือ นำเสนอให้ถูกคน และทำให้รับรู้สินค้าของเรา ตรงตามที่เขาต้องการ ยึดถือกับหลักความจริง ไม่มีการกล่าวอ้างเกินจริง ต้องสื่อถึงคุณประโยชน์ของสินค้าให้ได้ ใช้ภาษาเดียวกันกับผู้มุ่งหวังคือ คิดว่าตัวนักขายเปรียบเสมือนเป็นตัว

ลูกค้าต้องการอะไร มีปัญหาอะไรบ้าง ทำอย่างไรถึงจะทำงานห้องปฏิบัติการออกมาได้ดี เมื่อเราช่วยคิดแทนลูกค้า ก็จะมองภาพออกว่า ควรจะนำเสนอขายในรูปแบบใด ไม่มีใครที่เหมือนกันทั้งหมด เมื่ออ่านผู้มุ่งหวังออก สามารถเข้าใจได้ นำเสนอสิ่งที่ต้องการ ก็สามารถนำเสนอขายได้อย่างสมบูรณ์ บางครั้งในลูกค้าหนึ่งราย การนำเสนออาจต้องนำเสนอหลายๆครั้ง โดยเพิ่มระดับความยากขึ้นเป็นขั้นๆตามที่ลูกค้าสามารถรับได้ในขณะนั้น

ขั้นตอนที่ 5 การขจัดข้อโต้แย้ง

คำถาม ถ้าผู้มุ่งหวังเกิดข้อโต้แย้งขึ้นมา แล้วคุณจะมีวิธีการใดในการขจัดข้อโต้แย้งที่เกิดขึ้น

การขจัดข้อโต้แย้งจากผู้มุ่งหวังไม่ใช่เรื่องยาก แต่เป็นเรื่องที่ละเอียดอ่อน ต้องเข้าใจสิ่งที่ผู้มุ่งหวังมีความสงสัย ความกังวลเรื่องอะไรอยู่ในใจ ต้องใช้ความสามารถ หรือ ค้นหาช่องทางในการที่จะรู้ประเด็นนั้นๆว่ามันคืออะไร จะมีเรื่องหลักๆคือ การไม่เข้าใจทางวิชาการ ต้องหาข้อมูลทางวิชาการมาสนับสนุน คำพูดเพื่อความเชื่อมั่นในสินค้า และสงสัยในเชิงเทคนิค และการใช้งาน ต้องพยายามอธิบายให้เข้าใจง่าย ยกตัวอย่างที่ใกล้เคียงชีวิตจริงของผู้มุ่งหวัง และยกตัวอย่างลูกค้ารายอื่นๆที่ได้ใช้สินค้าแล้ว ซึ่งก่อนการใช้งานจริงก็นั่น ก็มีความกลัวเหมือนกันกับผู้มุ่งหวังแต่นำมาใช้งานจริงก็พบว่าง่ายกว่าที่คิดไว้ ไม่มีปัญหาอะไรเลย และยังพบว่าสินค้าเข้ามาช่วยทำงานได้ดีขึ้นหรือสามารถแก้ปัญหาให้ลูกค้าได้ ควรจะใช้เวลาที่รวดเร็ว ในการจัดการกับปัญหาหรือข้อโต้แย้งที่เกิดขึ้นให้ได้

ขั้นตอนที่ 6 การปิดการขาย

คำถาม จากประสบการณ์ที่ผ่านมา คุณมีวิธีการปิดการขายอย่างไรที่มีประสิทธิภาพ และเป็นวิธีที่นำมาใช้เสมอๆ

เทคนิค และกลยุทธ์ที่ใช้นั้นสามารถพัฒนาให้เกิดทักษะและมีความชำนาญได้ในการนำมาใช้นั้น เราต้องอ่านลักษณะผู้มุ่งหวังให้ออก รู้จังหวะที่เหมาะสมว่าสมควรปิดการขายเมื่อไร และใช้คำพูดหรือใช้วิธีใดดีที่สุด สำหรับผู้มุ่งหวังในแต่ละราย ควรจะเตรียมแผนสำรองเอาไว้ เพื่อในการปิดการขายครั้งแรกไม่สำเร็จ ควรปรับตัวตามสถานการณ์ขณะนั้น เพราะอาจจะมีเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ต้องตอบสนองอย่างรวดเร็วและใช้โอกาสในการขายให้เป็น

คำถาม ใช้โอกาสในการขายให้เป็นคืออะไรนะครับ

การใช้โอกาสเช่น ลูกค้ามีงบประมาณเหลือ อยากได้สิ่งของอื่นๆ นอกเหนือจากรายการที่ได้ตั้งงบประมาณไว้ เราอาจตรวจสอบราคาสินค้านั้น และจัดการหาซื้อมาแถมให้ลูกค้าได้ ลูกค้าจะยินดีและตกลงซื้อของกับเราได้

ขั้นตอนที่ 7 การติดตามผลและการรักษาลูกค้า

คำถาม เมื่อปิดการขายได้แล้ว คุณมีวิธีการดูแลลูกค้าหลังการขายอย่างไร ให้ลูกค้ามีความพึงพอใจ และใช้สินค้าเราต่อไปเรื่อยๆ

ต้องการการซื้อที่ผูกพันและใช้ต่อเนื่องไปต้องมีการบริหารจัดการด้านการบริการหลังการขายที่มีประสิทธิภาพจะให้ความสนใจ จดจำ เรียนรู้ เรื่องผลิตภัณฑ์ในเชิงลึกที่ละเอียด ทั้งในด้านเครื่องมือทางห้องปฏิบัติการโรงพยาบาล เพื่อที่จะสามารถช่วยลูกค้าแก้ปัญหาทางโทรศัพท์ได้ ทำให้แก้ปัญหาได้รวดเร็ว เช่น ของเสียหายในช่วงรับประกัน ก็จะรีบจัดเปลี่ยนให้ลูกค้าโดยเร็ว ลูกค้าจะมีความมั่นใจในการใช้สินค้า และสร้างความสัมพันธ์ระยะยาวกับลูกค้าได้

2. ปัญหาที่เกิดขึ้นในกระบวนการขาย การแก้ไข และแนวทางป้องกันปัญหา

คำถาม ช่วยอธิบายถึงปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้น ในกระบวนการขายของคุณ และคุณมีวิธีแก้ปัญหาพร้อมทั้งแนวทางการป้องกันไม่ให้เกิดปัญหานั้นอีกได้อย่างไร

พบปัญหาราคาแพงกว่าคู่แข่ง และราคาตลาด การแก้ไขมีดังนี้

- สร้างความสัมพันธ์ส่วนตัวให้ดีขึ้น ลูกค้าจะคลายกังวล และไม่คำนึงถึงราคาที่แตกต่างกัน สร้างความสบายใจโดยการมอบของแถม เป็นบางครั้ง ในการนำเสนอ เน้นที่คุณภาพ การบริการหลังการขาย ให้ลูกค้าคำนึงถึงเรื่องราคาในอันดับหลังสุด

3. ปัจจัยแห่งความสำเร็จในกระบวนการขายโดยใช้พนักงานขาย

คำถาม กลยุทธ์และเทคนิคพิเศษที่ท่านมักจะนำมาใช้แล้ว สามารถช่วยให้การขายประสบผลสำเร็จได้ อาจจะเป็นความสามารถ บุคลิกเฉพาะตัว ที่คุณคิดว่าคุณทำได้ดีกว่าคนอื่น

การวิเคราะห์ ความต้องการที่แท้จริงของลูกค้าให้ถูกต้อง พยายามศึกษาลูกค้าวิเคราะห์ให้ได้ คิดแทนลูกค้า เปรียบตัวเองเสมือนเป็นลูกค้า ต้องมองการณ์ไกล สามารถปรับตัวตามสถานการณ์ สามารถนำเสนอสิ่งที่ผู้มุ่งหวังต้องการได้ตรงเป้าหมาย และสามารถปิดการขายได้ในที่สุด

ให้ความสำคัญด้านการสร้างความสัมพันธ์ รู้จักและคุ้นเคยกับผู้มุ่งหวังหรือผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจรวมถึงคนรอบข้างทั้งหมด เนื่องจากวัฒนธรรมไทยจะให้ความสำคัญกับความเป็นมิตร และความคุ้นเคยกัน จึงใช้วัฒนธรรมไทยนี้มาช่วยเสริมในงานขายได้

4.2.11 พนักงานขายคนที่ 11

พนักงานขายได้รับรางวัล Top Sales in year 2000,2001 ประสบการณ์งานขาย 6 ปี สินค้าที่จำหน่าย น้ำยาตรวจทางภูมิคุ้มกันวิทยา (Blood Virus Testing) ใช้งานกับเครื่องตรวจวัดแบบอัตโนมัติ น้ำยาตรวจแบบด่วน (Rapid Test) น้ำยาวิเคราะห์โรคทางเคมีคลินิก (Clinical Chemistry Reagent) และเครื่องตรวจ วิเคราะห์ทางเคมีคลินิก เขตการขายที่รับผิดชอบ คือเขตภาคตะวันออกและภาคตะวันตก

1. ข้อมูลเกี่ยวกับขั้นตอนในกระบวนการขายโดยใช้พนักงานขาย

ขั้นตอนที่ 1 การแสวงหาลูกค้าและการกำหนดคุณสมบัติของลูกค้า

คำถาม คุณจะมีวิธีการคัดเลือกและกำหนดกำหนดคุณสมบัติของผู้ที่จะเป็นลูกค้าอย่างไรบ้าง

การแสวงหาลูกค้าและกำหนดคุณสมบัติของลูกค้า ต้องศึกษาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ในบริษัทก่อน จากนั้นก็จะมองตลาดและสำรวจตลาดแบบเบื้องต้นก่อนแล้วแยกตามกลุ่มผลิตภัณฑ์แล้วมาคัดเลือกโดยละเอียดอีกครั้งหาว่าใครสำคัญที่สุดในขณะนี้ พิจารณาตามความเร่งด่วนและความสำคัญ

ขั้นตอนที่ 2 การเตรียมการก่อนเข้าพบลูกค้า

คำถาม การเตรียมการต่างๆ ก่อนเข้าพบลูกค้า คุณมีวิธีการเตรียมตัวและหาข้อมูลต่างๆ ที่จะนำมาใช้ในการเสนอขายอย่างไร

การหาข้อมูลของผู้มุ่งหวังให้มากที่สุด หาข้อมูลเพิ่มเติมว่าผู้มุ่งหวังอยู่ในเกณฑ์ที่ควรเข้าพบเสนอขายหรือไม่ และข้อมูลต่างๆ ที่จำเป็นในการวางแผนเพื่อการเสนอขายที่ดี หาความต้องการที่แท้จริง เพื่อจะได้วางแผนการนำเสนอให้ตรงกับความต้องการทั้งหมด มีกระบวนการขั้นตอนในการตัดสินใจซื้ออย่างไรบ้าง จะตัดสินใจเมื่อไรมีคู่แข่งรายใดบ้าง ข้อเสนอด้านราคา และมีเงื่อนไขอย่างไรใครเป็นผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจค้นหาข้อมูลในการจงใจที่เหมาะสม เก็บรวบรวมข้อมูลเบื้องต้นจากคนรอบข้างของผู้มุ่งหวังหรือ เพื่อนพนักงานขายคนอื่นๆ และข้อมูลที่บริษัทมีอยู่ และจะขอเข้าพบผู้มุ่งหวังโดยตรง เพื่อสำรวจข้อมูลเพิ่มเติม และสร้างความสัมพันธ์ ความคุ้นเคยไว้ จะใช้อุปกรณ์การขายดังต่อไปนี้ รูปภาพ แผ่นโฆษณา รายละเอียดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ใบเสนอราคาพร้อมเงื่อนไขประกอบ เอกสารยืนยันทางวิชาการ เอกสารรับรองคุณภาพจากสถาบันมาตรฐาน ใบรายนามลูกค้าเพื่อใช้เป็นแหล่งอ้างอิง เอกสารเปรียบเทียบผลิตภัณฑ์กับผลิตภัณฑ์อื่นในตลาด มีการจัดเตรียมให้เหมาะสมสำหรับลูกค้าแต่ละราย ได้จัดเตรียมการล่วงหน้าเป็นเวลาประมาณ 1 เดือนก่อนเข้าไปพบ มีการนำข้อมูลทั้งหมดมาวิเคราะห์ต้นทุน จุดคุ้มทุนในการนำเสนอราคาและมีการคาดการณ์ล่วงหน้าโดยใช้ประสบการณ์และข้อมูลที่มีอยู่ จะใช้กลยุทธ์เชิงรุก กระตุ้นผู้มุ่งหวัง ให้ตัดสินใจในเวลาอันรวดเร็วได้

คำถาม กลยุทธ์เชิงรุกทำอะไร ได้ผลดีหรือเปล่าครับ

กลยุทธ์เชิงรุก คือการคาดการณ์ที่ลูกค้าจะเจรจาต่อรองไว้ก่อนและมองหาแนวทางที่เหมาะสมเพื่อให้ลูกค้าเลือกและตัดสินใจได้ อาจจะเป็น 2 หรือ 3 แนวทางเงื่อนไข ซึ่งผู้มุ่งหวังจะเลือกและยอมรับได้ การตัดสินใจรวดเร็วขึ้นได้ เหมือนจะบีบให้รีบตัดสินใจ มักจะได้ผล ต้องเลือกใช้กับผู้มุ่งหวังที่ชอบความรวดเร็ว หรือสโตน์นั้กเลงที่ชอบคนใจถึง

ขั้นตอนที่ 3 การเข้าพบลูกค้า

คำถาม คุณมีวิธีการเข้าพบลูกค้าอย่างไรบ้าง

ผู้ที่มีอำนาจตัดสินใจมักจะเป็นหัวหน้าห้องปฏิบัติการ ในขั้นตอนการเข้าพบจึงไม่ยุ่งยาก สามารถเข้าพบได้โดยตรง ก่อนเข้าพบจะมีการนัดหมายล่วงหน้าทางโทรศัพท์ เพื่อความพร้อมและความสะดวกในการให้เข้าพบสามารถนำเสนอและกระตุ้นผู้มุ่งหวังให้มีความสนใจ

บุทางไปสู่การเสนอขายได้

ขั้นตอนที่ 4 การเสนอขายและการสาธิต

คำถาม คุณใช้กลยุทธ์และเทคนิคอะไรในการนำมาใช้เสนอขายหรือสาธิตผลิตภัณฑ์

เมื่อเตรียมความพร้อมในด้านข้อมูลผู้มุ่งหวังและ ความรู้ทางวิชาการ และรับทราบข้อมูลความต้องการแล้วก็สามารถนำเสนอในสิ่งที่ต้องการได้ อธิบายให้เข้าใจง่ายและเชื่อมโยงประโยชน์กับความต้องการ ได้ใช้ให้เหมาะกับสถานการณ์นั้นๆก็จะดีที่สุดจะใช้การนำเสนอทางคอมพิวเตอร์มาช่วย เพราะเทคโนโลยีของสินค้าพัฒนามาก มีการส่งแผ่นซีดีที่ให้นำเสนอมาจากบริษัทแม่ การนำเสนอด้วยภาพเคลื่อนไหว ผู้ฟังจะเข้าใจ ได้ง่ายมากกว่าการเสนอด้วยรูปภาพนิ่ง

ขั้นตอนที่ 5 การขจัดข้อโต้แย้ง

คำถาม ถ้าผู้มุ่งหวังเกิดข้อโต้แย้งขึ้นมา แล้วคุณจะมีวิธีการใดในการขจัดข้อโต้แย้งที่เกิดขึ้น

การขจัดข้อโต้แย้งจากผู้มุ่งหวังนั้นมีแน่นอนแต่ละข้อโต้แย้งต้องผ่านการศึกษาริเริ่มรู้มา ถ้าเป็นข้อโต้แย้งใหม่ๆต้องพิจารณาจากเอาข้อมูลที่มีทั้งหมดมาประมวลและตอบให้ตรงประเด็น ถ้าไม่สามารถแก้ไขได้ก็อาจขอเลื่อนผู้มุ่งหวังออกไปแล้วรีบแก้ไขข้อโต้แย้งให้เร็วที่สุด อาจใช้ออกสารทางวิชาการ มาช่วยในการขจัดข้อโต้แย้งและจะเพิ่มความถี่ในการเข้าพบเพื่อติดตามการเสนอขาย มีการจัดการขจัดข้อโต้แย้ง เจรจาต่อรอง และทำการปิดการขายให้ได้เร็วที่สุด

ขั้นตอนที่ 6 การปิดการขาย

คำถาม จากประสบการณ์ที่ผ่านมา คุณมีวิธีการปิดการขายอย่างไรที่มีประสิทธิภาพ และเป็นวิธีที่

นำมาใช้เสมอๆ

การปิดการขายเป็นเทคนิค และกลยุทธ์ที่ใช้นั้นก็จะเป็นความสามารถที่ต้องอาศัยการพัฒนา ไม่มีรูปแบบที่ตายตัวต้องเลือกนำมาใช้ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ขณะนั้นเทคนิคที่นำมาใช้ในการปิดการขาย

- เหตุการณ์ในอนาคต
- การใช้ข้อโต้แย้งปิดการขาย
- ทำทางเลือกให้แคบเข้า
- โอกาสสุดท้าย(เหลือเพียงไม่มาก)
- ถามคำสั่งซื้อตรงๆ
- ทักท้วงว่าซื้อหรือสมมติในทางบวก
- ให้ข้อเสนอพิเศษ

ขั้นตอนที่ 7 การติดตามผลและการรักษาลูกค้า

คำถาม เมื่อปิดการขายได้แล้ว คุณมีวิธีการดูแลลูกค้าหลังการขายอย่างไร ให้ลูกค้ามีความพึงพอใจ และใช้สินค้าเราต่อไปเรื่อยๆ

การบริการหลังการขายจึงมีความสำคัญมากเป็นจุดขายที่มีน้ำหนักมากในธุรกิจนี้ ตรวจสอบการส่งมอบสินค้าเข้าไปช่วยจัดการ อำนวยความสะดวกให้ลูกค้า และแนะนำการใช้ผลิตภัณฑ์ด้วยตนเอง สนใจ จดจำ เรียนรู้ เรื่องผลิตภัณฑ์ในเชิงลึกที่ละเอียด ทั้งในด้านเครื่องมือทางห้องปฏิบัติการ โรงพยาบาล และน้ำยาตรวจวิเคราะห์โรคเพื่อที่จะสามารถช่วยลูกค้าแก้ปัญหาทางโทรศัพท์ได้ ทำให้แก้ปัญหาได้รวดเร็วและไม่ต้องเข้าไปด้วยตนเอง

2. ปัญหาที่เกิดขึ้นในกระบวนการขาย การแก้ไข และแนวทางป้องกันปัญหา

คำถาม ช่วยอธิบายถึงปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นในกระบวนการขายของคุณ และคุณมีวิธีแก้ปัญหาพร้อมทั้งแนวทางการป้องกันไม่ให้เกิดปัญหานั้นอีกได้อย่างไร

พบปัญหาเงื่อนไขการลงทุนติดตั้งเครื่องมือทางห้องปฏิบัติการให้ลูกค้าใช้ร่วมกับน้ำยาวิเคราะห์โรคนั้น บริษัทตั้งเงื่อนไขสูงเกินกว่าที่ผู้มุ่งหวังจะอยู่ในเกณฑ์ การแก้ไขมีหลายวิธี

- การเจรจาดูตรงกับผู้มุ่งหวัง ถึง มาตรฐานราคาที่กำหนดกับปริมาณการสั่งซื้อที่บริษัทกำหนดเงื่อนไขไว้ อาจจะขอเพิ่มราคาสินค้า ถ้าปริมาณการสั่งซื้อเพิ่มขึ้น ก็จะลดราคาตามที่ราคามาตรฐาน ศึกษาข้อมูลผู้มุ่งหวังพิจารณาแนวโน้มในอนาคต ถ้าดีขึ้นจะนำเสนอข้อมูลกับทางบริษัทเพื่อให้ทางบริษัทลดหย่อนเงื่อนไขและเกณฑ์การพิจารณาให้เหมาะสมกับผู้มุ่งหวังรายนั้นๆ ถ้าผู้มุ่งหวังไม่เข้าเกณฑ์การพิจารณา จะแนะนำบริษัทคู่แข่งรายอื่นๆที่อาจจะพิจารณาให้แก่ผู้มุ่งหวัง

พบปัญหาความรู้ผลิตภัณฑ์ไม่ชำนาญพอ เพราะสายผลิตภัณฑ์มีมาก การแก้ไขปัญหาคือ

- ศึกษาข้อมูลสม่ำเสมอ และหมั่นขวนขวายความรู้เพิ่มเติมในด้านที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ สอบถามด้านข้อมูลพื้นฐาน หรือเชิงลึกที่ยังไม่เข้าใจจากลูกค้าที่สนิท หรือจากผู้เชี่ยวชาญผลิตภัณฑ์ในบริษัท

3. ปัจจัยแห่งความสำเร็จในกระบวนการขายโดยใช้พนักงานขาย

คำถาม กลยุทธ์และเทคนิคพิเศษที่ท่านมักจะนำมาใช้แล้ว สามารถช่วยให้การขายประสบผลสำเร็จได้ อาจจะเป็นความสามารถ บุคลิกเฉพาะตัว ที่คุณคิดว่าคุณทำได้ดีกว่าคนอื่น

สามารถนำเสนอสิ่งที่ผู้มุ่งหวังต้องการได้ตรงเป้าหมาย วางแผนที่มีประสิทธิภาพนำเสนอข้อมูลอย่างถูกต้อง ใช้กลยุทธ์เชิงรุก เพื่อเร่งการปิดการขาย รู้จังหวะที่ดีในการติดตามงาน เพิ่มความถี่ในการพบผู้มุ่งหวังในช่วงที่ลูกค้าใกล้จะตัดสินใจมักใช้กลยุทธ์เชิงรุก และการให้การตอบสนองที่รวดเร็วในทุกๆด้านทั้งก่อนและหลังการขาย

4.2.12 พนักงานขายคนที่ 12

พนักงานขายได้รับรางวัล Top Sales in year 2000 ,ทำยอดขายเครื่อง QBC สูงสุด ประสพการณ์งานขาย 4 ปี สินค้าที่จำหน่าย สินค้าครบวงจรในด้านงานจุลชีววิทยา เครื่องเพาะเลี้ยงเชื้อจากเลือดแบบอัตโนมัติ พร้อมขวดอาหารเลี้ยงเชื้อลักษณะงานคือ ขายเครื่องมือหรือขายเฉพาะน้ำยาที่ใช้ร่วมกับเครื่องมือ และบริษัทติดตั้งเครื่องมือให้ลูกค้าจะคิดเฉพาะราคาน้ำยา โดยมียอดสั่งซื้อขึ้นต่ำต่อเดือนตามที่บริษัทกำหนด เขตการขายที่รับผิดชอบ คือ เขตภาคใต้

1. ข้อมูลเกี่ยวกับขั้นตอนในกระบวนการขายโดยใช้พนักงานขาย

ขั้นตอนที่ 1 การแสวงหาลูกค้าและการกำหนดคุณสมบัติของลูกค้า

คำถาม คุณจะมีวิธีการคัดเลือกและกำหนดกำหนดคุณสมบัติของผู้ที่จะเป็นลูกค้าอย่างไรบ้าง

การแสวงหาลูกค้าและกำหนดคุณสมบัติของลูกค้านั้นจะต้องศึกษาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ห้องปฏิบัติการในโรงพยาบาล ทั้งหมดที่มีในบริษัท ให้มีความรู้ ความชำนาญก่อน จากนั้นก็จะมองหาออก ว่าใครที่น่าจะเป็นกลุ่มลูกค้าของบริษัท วางหลักเกณฑ์การคัดเลือกจาก การมีความต้องการใช้ เลือกลูกค้าเป้าหมาย ในการเตรียมเสนอขาย อาจมองลูกค้าเก่าแต่นำเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่ๆด้วย

ขั้นตอนที่ 2 การเตรียมการก่อนเข้าพบลูกค้า

คำถาม การเตรียมการต่างๆ ก่อนเข้าพบลูกค้า คุณมีวิธีการเตรียมตัวและหาข้อมูลต่างๆ ที่จะนำมาใช้ในการเสนอขายอย่างไร

การเตรียมการก่อนการเข้าพบ ต้องเตรียมพร้อมในด้านข้อมูลต่างๆ ที่จำเป็นในการ

วางแผนเพื่อการเสนอขาย รายละเอียดของข้อมูลที่ต้องการหา เช่น มีความต้องการสินค้าอะไรเพิ่มเติมจากที่มีหรือไม่ หรือมีปัญหาอะไร กับสินค้าที่ใช้อยู่หรือไม่ ต้องการเปลี่ยนการใช้สินค้าเดิมหรือเปล่า ใครเป็นผู้มีอำนาจในการตัดสินใจ มีกระบวนการขั้นตอนในการตัดสินใจซื้ออย่างไรบ้าง จะตัดสินใจเมื่อไร ความต้องการที่แท้จริงเป็นอย่างไร ปริมาณความต้องการซื้อ เป็นต้น

คำถาม วิธีที่ใช้ในการค้นหาข้อมูล ทำอย่างไรบ้างครับ

การรวบรวมข้อมูลนั้น จะเก็บรวบรวมข้อมูลเบื้องต้นจากคนรอบข้างของผู้มุ่งหวังก่อน แล้วจะขอเข้าพบผู้มุ่งหวังโดยตรง เพื่อค้นหาและตรวจสอบข้อมูลเพิ่มเติม และสร้างความสัมพันธ์ไว้ จะใช้อุปกรณ์ช่วยการขายนี้อะไร รูปภาพ แผ่นโฆษณา รายละเอียดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ เอกสารรวบรวมข้อดี ข้อเด่น ของผลิตภัณฑ์ตัวอย่างผลิตภัณฑ์เพื่อสาธิต เอกสารรับรองคุณภาพจากสถาบันมาตรฐาน ใบรายนามลูกค้าเพื่อใช้เป็นแหล่งอ้างอิง มีการจัดการเตรียมความพร้อม ให้เหมาะสมสำหรับลูกค้าแต่ละราย ให้ตรงกับความต้องการของผู้มุ่งหวัง

ขั้นตอนที่ 3 การเข้าพบลูกค้า

คำถาม คุณมีวิธีการเข้าพบลูกค้าอย่างไรบ้าง

การเข้าพบจะมีการนัดหมายล่วงหน้าทางโทรศัพท์ก่อน ผู้ที่มีอำนาจตัดสินใจมักจะเป็นหัวหน้าห้องปฏิบัติการ หรือหัวหน้าในแต่ละงานนั้นๆ ในขั้นตอนการเข้าพบจึงไม่ยุ่งยาก สามารถเข้าพบได้โดยตรง ต้องให้ความใส่ใจด้านบุคลิกภาพ ความประทับใจในการเข้าพบครั้งแรก กระตุ้นผู้มุ่งหวังให้มีความสนใจ ในการเข้าพบ และสามารถเปิดทางเข้าสู่การเสนอขายได้

ขั้นตอนที่ 4 การเสนอขาย และการสาธิต

คำถาม คุณใช้กลยุทธ์และเทคนิคอะไรในการนำมาใช้เสนอขายหรือสาธิตผลิตภัณฑ์

กลยุทธ์ในการนำเสนอต้องการให้ผู้มุ่งหวังเข้าใจสินค้าได้ด้วย วิธีการที่ง่าย ไม่มีการสับสนหรือหลงประเด็น รับทราบถึงประโยชน์ มีความเชื่อมั่นในตัวสินค้า เทคนิคที่ใช้จะแตกต่างกันไป ขึ้นอยู่กับลักษณะของผู้มุ่งหวัง จุดขายแต่ละผลิตภัณฑ์ ความสำเร็จในการนำเสนอขึ้นขึ้นอยู่กับการเตรียมความพร้อมในด้านข้อมูล ความรู้ทางวิชาการนำเสนออธิบายอย่างน่าเชื่อถือ แต่ละขั้นตอนดำเนินไปอย่างสอดคล้องกัน การสนทนาเกิดด้วยความถูกต้องใจผู้มุ่งหวัง ไม่เกิดการเบื่อ มีการสื่อสารสองทาง ระหว่างตัวเรากับผู้มุ่งหวังอย่างสม่ำเสมอ

ขั้นตอนที่ 5 การขจัดข้อโต้แย้ง

คำถาม ถ้าผู้มุ่งหวังเกิดข้อโต้แย้งขึ้นมา แล้วคุณจะมีวิธีการใดในการขจัดข้อโต้แย้งที่เกิดขึ้น

การขจัดข้อโต้แย้งจากผู้มุ่งหวัง ต้องหาสาเหตุเกิดจากอะไร ก็แก้ไขที่สาเหตุนั้น ถ้าไม่เข้าใจสินค้า ก็จะอธิบายซ้ำ เน้นจุดที่ยังไม่เข้าใจ ถ้ายังไม่ค่อยเชื่อมั่นในตัวสินค้า อาจใช้แหล่งรายชื่ออ้างอิง ลูกค้าที่มีชื่อเสียงและการยอมรับในวงการเทคนิคการแพทย์ หรือใช้เอกสารทางวิชาการ มา

ช่วยในการจัดซื้อได้แข็ง บางครั้งซื้อได้แข็งเป็นอาจเพียงเรื่องเล็กน้อย ถ้าเราสร้างความสัมพันธ์หรือความเชื่อมั่นในผู้มุ่งหวังแต่ละรายได้ ก็สามารถผ่านซื้อได้แข็งนั้นไปได้ ใช้เวลาที่รวดเร็ว ในการจัดการกับปัญหาหรือซื้อได้แข็งที่เกิดขึ้นเทคนิคนี้สามารถพัฒนาให้เกิดประสบการณ์ ความเชี่ยวชาญได้ เนื่องจากลักษณะของผลิตภัณฑ์ คุณประโยชน์ ความต้องการจากผลิตภัณฑ์นั้นๆ คล้ายคลึงกัน คำถามและซื้อได้แข็งที่เกิดขึ้นจะคล้ายคลึงกัน

ขั้นตอนที่ 6 การปิดการขาย

คำถาม จากประสบการณ์ที่ผ่านมา คุณมีวิธีการปิดการขายอย่างไรที่มีประสิทธิภาพ และเป็นวิธีที่นำมาใช้เสมอๆ

การเตรียมการ เตรียมความพร้อมในการนำเสนอขายทั้งหมด เพื่อการปิดการขายให้ได้ ต้องรู้จักจังหวะ และเลือกวิธีการปิดนำมาใช้ให้เหมาะสมกับผู้มุ่งหวังแต่ละราย ผู้มุ่งหวังมีสไตล์อย่างไรก็ใช้สไตล์นั้นปิดการขาย เช่น ชอบการต่อรองราคา ก็ทำราคาเสนอเพื่อไว้สำหรับการต่อรองราคา เมื่อเรลดราคาให้ก็จะเกิดความพอใจ ทำให้ปิดการขายได้เทคนิคที่นำมาใช้ในการปิดการขาย

- ถามคำสั่งซื้อตรงๆ
- ทักท้วงข้อหรือสมมติในทางบวก
- ให้ข้อเสนอพิเศษ
- เหตุการณ์ในอนาคต
- ทดลองสั่ง

ขั้นตอนที่ 7 การติดตามผลและการรักษาลูกค้า

คำถาม เมื่อปิดการขายได้แล้ว คุณมีวิธีการดูแลลูกค้าหลังการขายอย่างไร ให้ลูกค้ามีความพึงพอใจ และใช้สินค้าเราต่อไปเรื่อยๆ

การซื้อที่ผูกพันและต่อเนื่องไป ต้องอาศัยการบริการหลังการขายที่มีประสิทธิภาพ จะหมั่นเข้าพบ เยี่ยมเยียน ลูกค้าสม่ำเสมอ ตรวจสอบคุณภาพสินค้า และช่วยแก้ปัญหา อย่างรวดเร็วถ้าลูกค้าใช้สินค้าแล้วเกิดปัญหาขึ้น จะสร้างความสัมพันธ์ระยะยาวกับลูกค้าในด้านส่วนตัวด้วย เพื่อให้เกิดความสนิทสนม และเกรงใจได้ มีการบอกความเคลื่อนไหวล่วงหน้าได้ ถ้าจะเกิดการเปลี่ยนแปลงอะไรที่กระทบต่อยอดขาย เป็นต้น

2. ปัญหาที่เกิดขึ้นในกระบวนการขาย การแก้ไข และแนวทางป้องกันปัญหา

คำถาม ช่วยอธิบายถึงปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นในกระบวนการขายของคุณ และคุณมีวิธีแก้ปัญหาพร้อมทั้งแนวทางการป้องกันไม่ให้เกิดปัญหานั้นอีกได้อย่างไร

พบปัญหาสินค้าราคาแพงกว่าคู่แข่ง และราคาตลาด การแก้ไขมีดังนี้

- การนำเสนอ เสนอที่คุณภาพ การบริการหลังการขาย ให้ลูกค้าคำนึงถึงเรื่องราคาในอันดับหลังสุด หามูลค่าเพิ่ม ต่างๆ ในผลิตภัณฑ์ให้ลูกค้ายอมรับ สร้างความสัมพันธ์ส่วนตัวให้ดีขึ้น ลูกค้าจะคลายกังวล และจะไม่คำนึงถึงราคาที่แตกต่าง

พบปัญหาความรู้ผลิตภัณฑ์ไม่ชำนาญพอ เพราะสายผลิตภัณฑ์มีมาก การแก้ไขปัญหาคือ

- ศึกษาข้อมูลสม่ำเสมอ และหมั่นชวนขายความรู้เพิ่มเติมในทุกๆด้านที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ ทำการขายทุกๆ ผลิตภัณฑ์สม่ำเสมอ ป้องกันการลืมและเพิ่มความชำนาญในผลิตภัณฑ์ที่ได้ทำการขายนั้นๆ สอบถามด้านข้อมูลพื้นฐาน หรือเชิงลึกที่ยังไม่เข้าใจจากลูกค้าที่สนิท หรือจากผู้เชี่ยวชาญผลิตภัณฑ์ในบริษัท

3. ปัจจัยแห่งความสำเร็จในกระบวนการขายโดยใช้พนักงานขาย

คำถาม กลยุทธ์และเทคนิคพิเศษที่ท่านมักจะนำมาใช้แล้ว สามารถช่วยให้การขายประสบผลสำเร็จได้ อาจจะเป็นความสามารถ บุคลิกเฉพาะตัว ที่คุณคิดว่าคุณทำได้ดีกว่าคนอื่น

การวางแผนที่มีประสิทธิภาพ รับผิดชอบต่อความต้องการที่แท้จริงของลูกค้า สามารถนำเสนอสิ่งที่ผู้มุ่งหวังต้องการได้ตรงเป้าหมาย นำเสนอข้อมูลอย่างถูกต้องและมีประสิทธิภาพ เตรียมเงื่อนไขการเจรจาต่อรอง ทางเลือกต่างๆในการเจรจาที่จะเกิดขึ้นเสมอตลอดจนวางแผนหาช่องทางในการปิดการขายให้สำเร็จได้

บุคลิกภาพมีความเป็นมิตร และจริงใจ รักษาคำพูดต่างๆ ตามที่ได้รับปากกับลูกค้าไว้แล้ว ไม่พูดจาโกหกในการขาย ตลอดจนการรักษา จรรยาบรรณที่ดีในการขายให้ การบริการต่างๆ ที่รวดเร็ว ทั้งก่อนการขายและหลังการขายไม่มีความแตกต่าง สามารถสร้างความสัมพันธ์และเข้ากันได้กับทุกคน จะเป็นมิตร และให้เกียรติ กับทุกๆคน

4.3 ประมวลผลการศึกษาข้อมูลกระบวนการขาย

จากการศึกษาข้อมูลทั้งหมดได้ผลการศึกษาในส่วนของข้อมูลในขั้นตอนกระบวนการขายของพนักงาน 12 คนดังนี้

4.3.1 ขั้นตอนที่ 1 การแสวงหาลูกค้าและการกำหนดคุณสมบัติของลูกค้า

จากการศึกษาพบว่า พนักงานขายทั้งหมด 100% ได้มีการเตรียมตัวและดำเนินการแสวงหาลูกค้าและกำหนดคุณสมบัติของลูกค้า การเริ่มต้นนั้นจะศึกษาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ห้องปฏิบัติการในโรงพยาบาล ทั้งหมดที่มี ในบริษัทก่อน จากนั้นพนักงานขายสามารถกำหนดคุณสมบัติของผู้ที่จะเป็นลูกค้าได้โดยใช้หลักเกณฑ์การแบ่งส่วนตลาด จำแนกตามขนาดของโรงพยาบาล ที่ตั้งตาม

ภูมิศาสตร์ ประเภทของโรงพยาบาล (รัฐบาล เอกชน โรงพยาบาลเฉพาะด้าน) ความสามารถในการซื้อผลิตภัณฑ์เหมาะสมที่จะซื้อ มีอำนาจในการตัดสินใจ โดยที่เมื่อเลือกโรงพยาบาลที่จะเป็นลูกค้าในแต่ละกลุ่มผลิตภัณฑ์ได้แล้ว ก็จะเตรียมการขั้นตอนต่อไปคือ การเตรียมการก่อนเข้าพบลูกค้า

จากการศึกษาพบว่าพนักงานขายจำนวน 8% ให้ข้อมูลด้านการแสวงหาลูกค้าและการกำหนดคุณสมบัติลูกค้าว่ามีความสำคัญต่อการบริหารเวลามาก เนื่องจากเขตพื้นที่การขายในความรับผิดชอบมีมาก สามารถนำหลัก 20/80 มาช่วยในการทำงาน อธิบายได้ว่า 20% ของผู้มุ่งหวังทั้งหมดสามารถให้ยอดขายได้ถึง 80% ของยอดขายที่ต้องการ และควรทุ่มเทเวลา 80% ที่มีให้กับผู้มุ่งหวัง 20% กลุ่มนี้ ดังนั้นการคัดเลือกและการกำหนดคุณสมบัติผู้ที่จะเป็นลูกค้าควรจะทำอย่างให้มี ประสิทธิภาพ

4.3.2 ขั้นตอนที่ 2 การเตรียมการก่อนเข้าพบลูกค้า

จากการศึกษาพบว่าพนักงานขายทั้งหมด 100% ได้มีการเตรียมการก่อนการเข้าพบ โดยจะให้ความสำคัญในขั้นตอนนี้มาก งานที่เกี่ยวข้องคือ การหาข้อมูลของผู้มุ่งหวังให้มากที่สุด หาข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อตรวจสอบว่าผู้มุ่งหวังอยู่ในเกณฑ์ที่ควรเข้าพบเสนอขายหรือไม่ และข้อมูลต่างๆ ที่จำเป็นในการวางแผนเพื่อการเสนอขายที่ดี โดยรายละเอียดของข้อมูลที่ต้องการหา นั้นสามารถรวบรวมได้ดังนี้

- ใครเป็นผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจ ใครเป็นคนตัดสินใจ คนสุดท้ายในการสั่งซื้อ
- รายละเอียดข้อมูลต่างๆ ทั้งในด้านส่วนตัวของผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจและ ข้อมูลอันเป็นประโยชน์ต่างๆ ที่ช่วยการวางแผนการเสนอขายที่ดี
- ค้นหา ความต้องการที่แท้จริงของผู้มุ่งหวัง เพื่อจะได้วางแผนการนำเสนอให้ตรงกับความต้องการทั้งหมด ทั้งในด้านงบประมาณที่มี ปริมาณที่ต้องการซื้อ เงื่อนไขอื่นๆ ที่สามารถสร้างความพึงพอใจ
- มีกระบวนการขั้นตอนในการตัดสินใจซื้ออย่างไรบ้าง จะตัดสินใจเมื่อไร
- ค้นหาข้อมูลในการจูงใจที่เหมาะสม เช่น ผู้มุ่งหวังเน้น ด้านราคา การประหยัด ด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ ด้านเทคโนโลยี ความทันสมัย ความรวดเร็ว ด้านชื่อเสียงของสินค้า ด้านการบริการหลังการขาย ด้านความสัมพันธ์อภยาศัยส่วนตัว เป็นต้น
- มีคู่แข่งรายใดบ้าง ข้อเสนอด้านราคา และมีเงื่อนไขอย่างไร
- ค้นหาข้อมูลหรือความผิดพลาดในอดีตของบริษัท หรือ พนักงานขายในอดีต สํารวจทัศนคติที่มีต่อบริษัทหรือผลิตภัณฑ์เป็นอย่างไร

จากการศึกษาพบว่าพนักงานขายจำนวน 41% ได้มีการจัดเตรียมด้านเอกสารที่ถูกต้องครบถ้วน ชัดเจน จัดส่งให้ลูกค้าภายในเวลาที่รวดเร็ว เพื่อแสดง ศักยภาพและความตั้งใจในการขาย จากนั้นจะติดตามเข้าไปทำการขายและสาธิตในเวลาอันใกล้เคียง

จากการศึกษาพบว่าพนักงานขายจำนวน 33% ได้จัดเตรียมการล่วงหน้าเป็นเวลา 1 เดือนก่อนเข้าไปพบให้มีความครบถ้วน และมีการคาดการณ์ล่วงหน้าโดยใช้ประสบการณ์และข้อมูลที่มีอยู่ เพื่อเข้าพบอันมีประสิทธิภาพและสามารถสร้างภาพลักษณ์ในความพร้อมทุกอย่างและสามารถใช้กลยุทธ์เชิงรุก กระตุ้นผู้มุ่งหวัง ให้ตัดสินใจในเวลาอันรวดเร็วได้ เช่น การคาดการณ์ที่ลูกค้าจะเจรจาต่อรองไว้ก่อนและมองหาแนวทางที่เหมาะสมเพื่อให้ลูกค้าเลือกและตัดสินใจได้ อาจจะเป็น 2 หรือ 3 แนวทางเผื่อใจ ซึ่งผู้มุ่งหวังจะเลือกและ ยอมรับได้ การตัดสินใจรวดเร็วขึ้นได้

จากการศึกษาพบว่าพนักงานขายจำนวน 33% จะเน้นสร้างความสัมพันธ์กับผู้มุ่งหวังและบุคคลรอบข้าง ให้มีความรู้จัก คู่แน่นเคย ก่อนที่จะนำเสนอขายที่สมบูรณ์

จากการศึกษาพบว่าพนักงานขายจำนวน 25% มีการนำข้อมูลทั้งหมดมาวิเคราะห์ต้นทุน จุดคุ้มทุนในการนำเสนอราคา เนื่องจาก บางสถานการณ์ทางบริษัทต้องมีการลงทุนด้านเครื่องมือทางห้องปฏิบัติการ ผู้มุ่งหวังจะซื้อเฉพาะน้ำยาตรวจวิเคราะห์โรคหรือผลิตภัณฑ์ที่ใช้กับเครื่องมือดังกล่าว จึงต้องมีการวิเคราะห์ต้นทุนก่อนการเสนอราคาและ ข้อเสนอเงื่อนไขเสมอ สถานที่ที่เหมาะสมในการติดตั้งเครื่องมือทางห้องปฏิบัติการเพื่อใช้ร่วมกับผลิตภัณฑ์บางครั้งห้องปฏิบัติการอาจมีพื้นที่จำกัด ใช้ในการคัดเลือกเครื่องมือทางห้องปฏิบัติการ เพื่อนำเสนอให้เหมาะสมตลอดจนเพื่อช่วยวางแผนแก้ไขปัญหาที่จะเกิดขึ้นได้

4.3.3 ขั้นตอนที่ 3 การเข้าพบลูกค้า

จากการศึกษาพบว่าพนักงานขายทั้งหมด 100% ได้ให้ความสำคัญของการเข้าพบ โดยผู้ที่มีอำนาจตัดสินใจมักจะเป็นหัวหน้าห้องปฏิบัติการ หรือหัวหน้ากลุ่มงานพยาธิวิทยาคลินิกในขั้นตอนการเข้าพบจึงไม่ยุ่งยาก สามารถเข้าพบได้โดยตรง แต่ก่อนการเข้าพบจะมีการนัดหมายล่วงหน้าทางโทรศัพท์ เพื่อความพร้อมและความสะดวกในการให้เข้าพบ จะให้ความสนใจด้านบุคลิกภาพ ความประทับใจในการเข้าพบครั้งแรก สร้างทัศนคติที่ดีและความเชื่อมั่นต่อนักขาย เช่น การตรงต่อเวลา การแต่งกายเรียบร้อย กิริยาสุภาพ มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี เกิดความรู้สึกอยากสนทนาด้วย สร้างความสนใจและผู้มุ่งหวังรู้สึกยินดีในการที่ได้พบนักขาย และพนักงานขายทั้งหมดเคยมีการเข้าพบผู้มุ่งหวังแบบสำรวจมาแล้ว ซึ่งมีความรู้จักและคุ้นเคยต่อกัน มักจะเตรียมตัวให้พร้อมในการเข้าพบ อีกทั้งรับทราบถึงความต้องการหรือปัญหาของผู้มุ่งหวังมาแล้ว จึงสามารถนำเสนอและกระตุ้นผู้มุ่งหวังให้มีความสนใจ ตั้งใจ และเต็มใจในการเข้าพบ และสามารถนำไปสู่การเสนอขายได้

4.3.4 ขั้นตอนที่ 4 การเสนอขาย และการสาธิต

จากการศึกษาพบว่าพนักงานขายทั้งหมด 100%ให้ความสำคัญในขั้นตอนนี้มาก ซึ่งจะมีกลยุทธ์และเทคนิคในการนำเสนอแตกต่างกันไป ขึ้นอยู่กับลักษณะ ความต้องการ และลักษณะของลูกค้า จุดเด่นของแต่ละผลิตภัณฑ์ ความสำเร็จในการนำเสนอขึ้นขึ้นอยู่กับการเตรียมความพร้อมในด้านข้อมูล ความรู้ทางวิชาการ ประสบการณ์ เทคนิค และกลยุทธ์ ของแต่ละบุคคล เมื่อทราบถึงปัญหาหรือความต้องการของผู้มุ่งหวังแล้ว และสามารถนำเสนออธิบายอย่างเร้าใจและจูงใจ สามารถเชื่อมโยงประโยชน์ของผลิตภัณฑ์กับความต้องการ หรืออธิบายได้ว่าผลิตภัณฑ์จะสามารถสนองความต้องการและแก้ปัญหาได้อย่างไร โดยแต่ละขั้นตอนสามารถดำเนินไปได้อย่างสอดคล้องกัน การสนทนาเกิดด้วยความเต็มใจและถูกใจผู้มุ่งหวัง ไม่เกิดภาวะกดดัน มีการสื่อสารสองทาง ระหว่างพนักงานขายกับผู้มุ่งหวังอย่างสม่ำเสมอ

จากการศึกษาพบว่าพนักงานขายจำนวน 33%ในการเสนอขายครั้งแรก จะนำเสนอรายละเอียดไม่ลึกซึ่งมากเนื่องจากต้องการให้ผู้มุ่งหวังมองภาพโดยรวมได้ และติดตามการนำเสนอข้อมูลได้ทั้งหมด จากนั้นครั้งต่อไป การนำเสนอสามารถเพิ่มรายละเอียดที่ซับซ้อนได้ดีกว่า อีกทั้งคิดว่า การเข้าพบบ่อยๆ นั้นสามารถสร้างความสัมพันธ์ได้ดี และลูกค้าจะเข้าใจข้อมูลได้ลึกซึ่งดีกว่าการนำเสนอเพียงครั้งเดียว

จากการศึกษาพบว่าพนักงานขายจำนวน 16%ให้ความสำคัญด้านเชี่ยวชาญความรู้ด้านผลิตภัณฑ์มาก เนื่องจาก ลักษณะผลิตภัณฑ์ที่นำเสนอจะให้ความสำคัญเรื่องการควบคุมคุณภาพ มักจะเกิดปัญหาเล็กๆ น้อยๆขึ้นเสมอ ความแม่นยำและเชี่ยวชาญด้านผลิตภัณฑ์จะทำให้ผู้ใช้ผลิตภัณฑ์เกิดความมั่นใจว่าถ้ามีการใช้ผลิตภัณฑ์นั้นแล้วจะไม่เกิดปัญหา หรือสามารถแก้ปัญหาให้ถูกล่วงได้โดยง่าย

จากการศึกษาพบว่าพนักงานขายจำนวน 16%ให้ความสำคัญกับทัศนคติที่ดี ภาพลักษณ์ที่ดีทั้งภายนอกและภายใน การแต่งกายและบุคลิก เตรียมความพร้อมทุกอย่างให้มีความสมบูรณ์ อุปกรณ์ที่ใช้ในการนำเสนอ จะใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย เช่น นำเสนอด้วยคอมพิวเตอร์แบบพกพา (Notebook computer) เพื่อก่อให้เกิด เข้าใจรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ได้ง่าย เกิดความประทับใจ สามารถสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อตัวผลิตภัณฑ์ พนักงานขาย และบริษัทได้

4.3.5 ขั้นตอนที่ 5 การขจัดข้อโต้แย้ง

จากการศึกษาพบว่า พนักงานขายทั้งหมด 100%ได้ให้ความสำคัญใน การขจัดข้อโต้แย้งจากผู้มุ่งหวัง แม้ว่าการเสนอขายที่ถูกต้อง ครบถ้วนแล้ว ก็อาจเกิดข้อโต้แย้งในใจผู้มุ่งหวังได้ การที่พนักงานขายได้เรียนรู้และสามารถขจัดข้อโต้แย้งสำคัญในใจผู้มุ่งหวังให้หมดได้นั้น พนักงานขายก็สามารถทำการปิดการขายให้ประสบผลสำเร็จได้จะใช้เอกสารทางวิชาการ หรือหนังสือรับรองจาก

สถาบันที่มีชื่อเสียงมาช่วยในการจัดซื้อโต้แย้ง บางครั้งการใช้เอกสารรายชื่อแหล่งอ้างอิง หรือ ติดต่อทางโทรศัพท์ให้ผู้มุ่งหวังซักถามโดยตรงลูกค้าอ้างอิงรายอื่นๆที่น่าเชื่อถือได้ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้มุ่งหวัง และพบว่าบุคคลในวงการเดียวกันให้คำรับรองที่ได้ผลดีกว่าเอกสารทางวิชาการ จากต่างประเทศหรือภายในประเทศ บางครั้งซื้อโต้แย้งเป็นอาจเพียงเรื่องเล็กน้อย ถ้าพนักงานขาย สามารถสร้างความสัมพันธ์หรือความเชื่อมั่นกับผู้มุ่งหวังแต่ละรายได้ ก็สามารถผ่านซื้อโต้แย้งนั้นไปได้ จะใช้เวลาที่รวดเร็ว ในการจัดการกับปัญหาหรือซื้อโต้แย้งที่เกิดขึ้นนั้น ถ้าได้รับการตอบสนองที่รวดเร็ว ผู้มุ่งหวังเกิดความพึงพอใจได้ และจะเพิ่มวุฒิในการเข้าพบเพื่อติดตามการเสนอขาย มีการจัดการจัดซื้อโต้แย้ง เจริญต่อรอง ติดตามการเคลื่อนไหว สถานการณ์ทั้งผู้มุ่งหวังและคู่แข่ง เพื่อหาจังหวะในการปิดการขายให้ได้เร็วที่สุด ในบางซื้อโต้แย้งเป็นซื้อโต้แย้งที่ซับซ้อนต้องให้ผู้เชี่ยวชาญผลิตภัณฑ์ของบริษัท (Product Specialist) มาช่วยในการตอบคำถาม หรืออาจต้องใช้ผู้เชี่ยวชาญผลิตภัณฑ์จากบริษัทแม่ที่ต่างประเทศช่วยตอบคำถามจัดซื้อโต้แย้งนั้นๆ ถ้าผู้มุ่งหวังมีซื้อโต้แย้งบางอย่างอาจไม่มั่นใจในผลิตภัณฑ์ สามารถสร้างความมั่นใจคือ พาผู้มุ่งหวังไปดูการทำงานในสถานที่ที่มีการปฏิบัติงานจริง ได้ซักถามและศึกษาข้อมูล ข้อสงสัยจากผู้ปฏิบัติงานจริง (ลูกค้ารายอื่นที่ใช้ผลิตภัณฑ์) สามารถสร้างความเชื่อมั่นและจัดซื้อโต้แย้งได้ดีกว่าการนำเสนอด้วยเพียงคำพูดอย่างเดียว การจัดซื้อโต้แย้งนั้น สามารถพัฒนาให้เกิดประสบการณ์ ความเชี่ยวชาญได้ เนื่องจากลักษณะของผลิตภัณฑ์ คุณประโยชน์ ความต้องการจากผลิตภัณฑ์นั้นๆ คล้ายคลึงกัน คำถามและซื้อโต้แย้งที่เกิดขึ้นจะคล้ายคลึงกัน สามารถฝึกการจัดซื้อโต้แย้งให้ชำนาญและตอบอย่างเชื่อมั่น ผู้มุ่งหวังก็จะเกิดความเชื่อถือ และสามารถจัดซื้อโต้แย้งได้ในที่สุด บางครั้งซื้อโต้แย้งที่เกิดขึ้นอาจเป็นจริงหรือเท็จ ต้องศึกษาและวิเคราะห์ให้ได้ ถ้าพนักงานขายไม่สามารถจัดการได้ อาจจะต้องเป็นตัวประสานระหว่างบริษัทกับผู้มุ่งหวังให้จัดซื้อโต้แย้งให้ลุล่วงไปได้ การที่ไม่สามารถจัดซื้อโต้แย้งได้และไม่สามารถปิดการขายได้ พนักงานขายและบริษัทสามารถนำมาเป็นแนวทางในการจัดการ ไม่ให้เกิดปัญหาหรือซื้อโต้แย้งนั้นๆ ขึ้นมาอีกได้ในอนาคต

4.3.6 ขั้นตอนที่ 6 การปิดการขาย

จากการศึกษาพบว่าพนักงานขายทั้งหมด 100%ให้ความสำคัญและใส่ใจขั้นตอนนี้มาก ในระหว่างกระบวนการนำเสนอขาย การจัดซื้อโต้แย้ง และการเจรจาต่อรองต่างๆ พนักงานขายจะพยายามปิดการขายทุกครั้งเมื่อมีโอกาสหรือพบสัญญาณซื้อจากผู้มุ่งหวัง โดยกลยุทธ์และเทคนิคที่ใช้นั้นก็จะเป็นความสามารถแต่ละรายบุคคล ต้องมีการนำมาใช้ให้เหมาะสมกับผู้มุ่งหวังแต่ละราย มีขั้นตอนที่เหมือนๆ กันคือ สังเกตสัญญาณซื้อจากผู้มุ่งหวัง แล้วทดลองทำการปิดการขายเสมอๆ และเมื่อสามารถจัดซื้อโต้แย้งได้หมด และเจรจาต่อรองเงื่อนไขทั้งหมดให้ผู้มุ่งหวังเกิดความพึงพอใจได้และการยอมรับ ก็จะสามารถปิดการขายได้ การปิดการขายมักจะมาควบคู่กันกับการจัด

ข้อโต้แย้งให้ผู้มุ่งหวังได้ ในช่วงเวลาที่ผู้มุ่งหวังใกล้จะพิจารณาซื้อแล้ว พนักงานขายจะเพิ่มความถี่ในการเข้าพบมาก จนสามารถจัดข้อโต้แย้งและปิดการขายได้ในที่สุด

เทคนิคที่นำมาใช้ในการปิดการขาย

- ถามคำสั่งซื้อตรงๆ (91%)
- ทดลองสั่ง(66%)
- ทักท้วงว่าซื้อหรือสมมติในทางบวก(58%)
- ใช้ข้อโต้แย้งปิดการขาย(50%)
- ให้ข้อเสนอพิเศษ (50%)
- เหตุการณ์ในอนาคต(41%)
- คำถาม(ทำไม่หรือขจัดความสงสัย)(33%)
- ทบทวนจุดขาย(33%)
- ทำทางเลือกให้แคบเข้า(25%)
- โอกาสสุดท้าย(16%)
- แนะนำให้เป็นเจ้าของ(16%)
- สัญญาบนสัญญา(8%)

4.3.7 ขั้นตอนที่ 7 การติดตามผลและการรักษาลูกค้า

จากการศึกษาพบว่า พนักงานขายทั้งหมด 100%ให้ความสำคัญกับขั้นตอนนี้ เนื่องจากลักษณะของผลิตภัณฑ์ห้องปฏิบัติการ โรงพยาบาล เป็นทั้งเครื่องมือทางห้องปฏิบัติการโรงพยาบาล และน้ำยาตรวจวิเคราะห์โรค เป็นการซื้อที่ผูกพันและใช้ต่อเนื่องไป ระหว่างการใช้งานมักเกิดปัญหาเล็กๆ น้อยๆ เสมอ ถ้าทางพนักงานขายและบริษัทให้การให้บริการหรือการแก้ไขปัญหาที่ไม่ดีพอ ทำให้ลูกค้าไม่กลับมาซื้อซ้ำได้ การบริการหลังการขายจึงมีความสำคัญมากในการสร้างเป็นกำแพงเกราะป้องกันคู่แข่งเข้ามาโจมตีได้ การสร้างการยอมรับจากลูกค้าและการแข่งขันด้านการบริการหลังการขายสามารถสร้างชื่อเสียงให้กับพนักงานขายและบริษัทได้และเป็นการพิสูจน์ให้ลูกค้ามองเห็นและยอมรับได้ ทุกบริษัทจึงเน้นการบริหารจัดการด้านการบริการหลังการขายอย่างให้มีประสิทธิภาพ อีกทั้งจะสร้างความสัมพันธ์ระยะยาวกับลูกค้าและจะนำสินค้าตัวอื่นๆ เข้ามาเสนอขายอีก โดยสร้างความเชื่อมั่นจากผลิตภัณฑ์ที่ได้จำหน่ายไปแล้ว และเพิ่มการบริการหลังการขายให้ประทับใจ ในกรณีที่ไม่สามารถปิดการขายได้สำเร็จ ก็จะสร้างความสัมพันธ์ และเปิดประตูการขายไว้เพื่อกลับมาขายภายในภายหน้าโดยหมั่นเข้ามาพบลูกค้าสม่ำเสมอ และหาโอกาสในการเสนอสินค้าอีกครั้ง ถ้าผู้มุ่งหวังมีความต้องการหรือเกิดปัญหาขึ้น

จากการศึกษาพบว่าพนักงานขายจำนวน 33%ให้ความสนใจเรื่องรายละเอียดหลังจากการปิดการขายทุกขั้นตอน เพิ่มความถี่ในการสอนการใช้งานในช่วงเริ่มต้นมาก จนกระทั่งลูกค้าสามารถใช้งานได้อย่างชำนาญ จึงจะลดความถี่ในการติดตาม และจะใช้การทำงานทางโทรศัพท์เข้ามาช่วยในการดูแลลูกค้า

จากการศึกษาพบว่าพนักงานขายจำนวน 25%ให้ความสนใจ จดจำ เรียนรู้ เรื่องผลิตภัณฑ์ในเชิงลึกที่ละเอียด ทั้งในด้านเครื่องมือทางห้องปฏิบัติการโรงพยาบาล และน้ำยาตรวจวิเคราะห์โรคเพื่อที่จะสามารถช่วยลูกค้าแก้ปัญหาทางโทรศัพท์ได้ ทำให้แก้ปัญหาได้รวดเร็วและไม่ต้องเข้าไปด้วยตนเอง

จากการศึกษาพบว่าพนักงานขายจำนวน 25%ตรวจสอบการส่งมอบสินค้าเข้าไปช่วยจัดการ อำนวยความสะดวกให้ลูกค้า และแนะนำการใช้ผลิตภัณฑ์ด้วยตนเองซึ่งทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจและประทับใจได้

4.4 ประมวลผลปัญหาที่เกิดขึ้นในกระบวนการขาย การแก้ไข และแนวทางป้องกันปัญหา

จากการศึกษาพบว่า พนักงานขายจำนวน 50%มีปัญหาสินค้าราคาแพงกว่าคู่แข่ง และราคาตลาด การแก้ไขมีดังนี้

- การนำเสนอ เสนอที่คุณภาพ การบริการหลังการขาย ให้ลูกค้าคำนึงถึงเรื่องราคาในอันดับหลังสุด
- สร้างความสัมพันธ์ส่วนตัวให้ดีขึ้น ลูกค้าจะคลายกังวล และไม่คำนึงถึงราคาที่แตกต่างสร้างความสบายใจโดยการมอบของแถม และสิทธิพิเศษอื่นๆ บ้าง เป็นบางครั้ง
- หามูลค่าเพิ่ม (Value added) ต่างๆ ในผลิตภัณฑ์ให้ลูกค้ายอมรับ

จากการศึกษาพบว่าพนักงานขายจำนวน 41%พบปัญหาเงื่อนไขการลงทุนติดตั้งเครื่องมือทางห้องปฏิบัติการให้ลูกค้าใช้ร่วมกับน้ำยาวิเคราะห์โรคนั้น บริษัทตั้งเงื่อนไขสูงเกินกว่าที่ผู้มุ่งหวังจะอยู่ในเกณฑ์ การแก้ไขมีหลายวิธี

- ศึกษาข้อมูลผู้มุ่งหวังโดยละเอียด และพิจารณาแนวโน้มในอนาคต ถ้ามีแนวโน้มที่ดีขึ้นจะนำเสนอข้อมูลกับทางบริษัทเพื่อให้ทางบริษัทลดหย่อนเงื่อนไขและเกณฑ์การพิจารณาให้เหมาะสมกับผู้มุ่งหวังรายนั้นๆ

- การเจรจาต่อรองกับผู้มุ่งหวัง ถึง มาตรฐานราคาที่กำหนดกับปริมาณการสั่งซื้อที่บริษัทกำหนดเงื่อนไขไว้ อาจจะขอเพิ่มราคาสินค้า ถ้าในอนาคตปริมาณการสั่งซื้อเพิ่มขึ้นจนถึงเกณฑ์ของบริษัท ก็จะลดราคามาที่ราคามาตรฐาน

- ถ้าผู้มุ่งหวังไม่เข้าเกณฑ์การพิจารณา จะแนะนำบริษัทคู่แข่งรายอื่นๆที่อาจจะพิจารณาให้แก่ผู้มุ่งหวัง

- ประชุมกับทางบริษัทเพื่อลดหย่อนเกณฑ์เงื่อนไขที่ตั้งไว้เพื่อให้ผู้มุ่งหวังสามารถผ่านเกณฑ์มากขึ้นและบริษัทสามารถอยู่รอดได้

จากการศึกษาพบว่า พนักงานขายจำนวน 33%พบปัญหาความรู้ผลิตภัณฑ์ไม่ชำนาญพอ เพราะสายผลิตภัณฑ์มีมาก การแก้ไขปัญหาคือ

- ศึกษาข้อมูลสม่ำเสมอ และหมั่นชวนขายความรู้เพิ่มเติมในด้านที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ที่เป็นแหล่งข้อมูลจากภายนอกบริษัท

- ทำการขายทุกๆ ผลิตภัณฑ์หมุนเวียนอย่างสม่ำเสมอ ป้องกันการลืมนและเพิ่มความชำนาญในผลิตภัณฑ์ที่ได้ทำการขายนั้นๆ

- สอบถามด้านข้อมูลพื้นฐาน หรือเชิงลึกที่ยังไม่เข้าใจจากลูกค้าที่สนิทหรือจากผู้เชี่ยวชาญผลิตภัณฑ์ในบริษัทให้ช่วยอธิบายเพิ่มเติม

จากการศึกษาพบว่าพนักงานขายจำนวน 25%พบปัญหาพื้นที่/เขตการขายกว้างมากเกินไป การขายและการให้บริการหลังการขายทำอย่างไรไม่มีประสิทธิภาพเต็มที่ การแก้ไขปัญหาคือ

- ชี้แจงกับทางบริษัทขอให้ลดเขตพื้นที่การขาย เพื่อสามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงขึ้น ใช้ข้อมูลปริมาณลูกค้าเทียบกับจำนวนพนักงานขาย และอ้างอิงถึงบริษัทคู่แข่งว่าใช้พนักงานขายในปริมาณที่มากกว่าในพื้นที่เท่ากันนี้

- วางแผนการทำงานให้มีประสิทธิภาพ โดยคัดเลือกงานที่จำเป็นและเร่งด่วนก่อนจะเรียงลำดับคัดเลือกตามความสำคัญของงาน

- ใช้การทำงานทางโทรศัพท์แทนการเข้าพบบ้าง ทำให้สามารถเข้าพบและเยี่ยมลูกค้าได้ครบตามที่ได้วางแผนไว้

- ใช้ช่วงระยะเวลาที่เข้าพบมีรอบที่สม่ำเสมอ ลูกค้าจะไม่รู้สึกความห่างเหิน เช่น เข้าพบทุกต้นเดือน เดือนเว้นเดือน เป็นต้น

จากการศึกษาพบว่าพนักงานขายจำนวน 16%พบปัญหาราคาผลิตภัณฑ์ ลูกค้าแต่ละรายซื้อผลิตภัณฑ์เดียวกันราคาไม่เท่ากัน การแก้ไขปัญหาคือ

- ชี้แจงรายละเอียดด้านต้นทุนที่ลูกค้ารับทราบมา และอธิบายถึงต้นทุนแฝงต่างๆ ให้ลูกค้าเข้าใจทั้งหมดว่าแต่ละที่มีการคิดราคาที่แสดงแตกต่างกัน แต่ผลผลิตราคาจะเท่ากัน

อธิบายความแตกต่างของราคาที่เกิดขึ้น ปริมาณในการซื้อ, ต้นทุนการลงทุนเครื่องมือทางห้องปฏิบัติการแต่ละที่ไม่เท่ากัน, ราคาอาจไม่แสดงถึงของแถมหรือเงื่อนไขพิเศษที่บริษัทมอบให้ เป็นต้น

จากการศึกษาพบว่าพนักงานขายจำนวน 16% พบปัญหาภาพลักษณ์ในอดีตไม่ดีต่อ บริษัท หรือผลิตภัณฑ์ หรือพนักงานขายคนเก่า การแก้ไขปัญหาคือ

- ตรวจสอบข้อมูลที่แท้จริง ทำการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นทั้งหมดและพิสูจน์ สร้างภาพลักษณ์ใหม่ ให้ลูกค้ามั่นใจในการกลับมาใช้บริการ

จากการศึกษาพบว่าพนักงานขายจำนวน 16% พบปัญหา ทีมช่างในการดูแลเครื่องมือ ทางห้องปฏิบัติการไม่เพียงพอ การแก้ไขปัญหาคือ

- เรียนรู้การซ่อมและแก้ไขปัญหาแบบเบื้องต้นและจดจำ สามารถช่วยลูกค้าในการแก้ไขปัญหาในบางปัญหาได้ ใช้การซ่อมทางโทรศัพท์ เพื่อการบรรเทาปัญหาได้

- ให้ทีมช่างสอนและอธิบายลูกค้าให้ใช้เครื่องมืออย่างถูกวิธี การดูแลรักษาและสามารถแก้ไขเบื้องต้นได้ แจ้งลูกค้า ถ้าเครื่องมือนั้นดูแลรักษาดี ไม่พบปัญหา การเสียจากการใช้งานผิดพลาด บริษัทจะมอบรางวัลการดูแลเครื่องมือให้แก่ลูกค้า

จากการศึกษาพบว่า พนักงานขายจำนวน 16 % พบปัญหาการคอร์ปชั่นในการขาย การคอร์ปชั่นเป็นสิ่งที่พนักงานขายไม่อยากประสบ แต่บางครั้งต้องมีความจำเป็นที่จะเข้าไปเกี่ยวข้องด้วย ซึ่งทางแก้ไขปัญหาคือ พยายามทำในขั้นตอนกระบวนการขายให้ดีที่สุด และมอบภารกิจการเจรจาต่อรองเงื่อนไขพิเศษให้กับหัวหน้าพนักงานขาย หรือผู้มีอำนาจที่สูงกว่าในการตัดสินใจ แนวทางป้องกันคือ ทำการเสนอขายให้สมบูรณ์ ใช้พลังมวลชนดึงผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจมาช่วยร่วมในการตัดสินใจเลือกซื้อ ทำการแข่งขันอย่างโปร่งใส การคอร์ปชั่นก็จะสามารถกำจัดได้

จากการศึกษาพบว่าพนักงานขายจำนวน 8% พบปัญหาลูกค้ายังไม่เข้าใจข้อมูลที่ลึกซึ้ง โดยยึดติดกับข้อมูลที่คู่แข่งนำมาโจมตี การแก้ไขปัญหาคือ

- พยายามเน้นจุดที่ลูกค้าไม่เข้าใจ และสื่อสาร 2 ทางเพื่อตรวจสอบความเข้าใจ สม่ำเสมอ ในขั้นตอนการเสนอขายและขจัดข้อโต้แย้ง

ใช้แหล่งอ้างอิงที่ลูกค้าเชื่อถือ แสดงรายนามแหล่งอ้างอิงให้มั่นใจ หรือเชิญไปดูงานที่โรงพยาบาลอื่นเพื่อสร้างความมั่นใจ

จากการศึกษาพบว่าพนักงานขายจำนวน 8% พบปัญหาการนำเสนอไม่ถูกคน มีปัญหาการเมืองในองค์กรนั้นๆ การแก้ไขปัญหาคือ

- สร้างความเป็นมิตรกับทุกฝ่าย ค้นหาผู้มีอำนาจตัดสินใจที่แท้จริง ให้เกียรติกับทุกคน โดยไม่เข้าไปยุ่งเรื่องการเมืองในองค์กรนั้นๆ แสดงให้เห็นถึงความจริงใจ และตั้งใจมาขายผลิตภัณฑ์และบริการที่ดี

4.5 ประมวลผลปัจจัยแห่งความสำเร็จในกระบวนการขายโดยใช้พนักงานขาย

ในขั้นตอนกระบวนการขายโดยใช้พนักงานขายนั้น พนักงานขายได้ดำเนินกิจกรรมในทุกๆ ขั้นตอนของกระบวนการขาย ซึ่งจะมีความแตกต่างกันไปตามลักษณะของผู้มุ่งหวัง และสามารถรวบรวมวิเคราะห์ เทคนิคและกลยุทธ์การขายในกระบวนการขายที่พนักงานได้นำมาใช้ในการขายซึ่งทำให้ประสบความสำเร็จในการขายได้ดังนี้

จากการศึกษาพบว่า พนักงานขายจำนวน 75% มีความแม่นยำในการวิเคราะห์ ความต้องการที่แท้จริงของลูกค้า ใช้คำถามและการรับฟังที่มีประสิทธิภาพ เพื่อใช้ในขั้นตอนต่างๆ ในกระบวนการขาย ถ้าสามารถวิเคราะห์ได้ถูกต้องชัดเจนและรวดเร็ว ก็จะได้เปรียบคู่แข่ง สามารถนำเสนอสิ่งที่ผู้มุ่งหวังต้องการได้ตรงเป้าหมาย และสามารถปิดการขายได้ในที่สุด ลูกค้าแต่ละรายมีความต้องการที่แตกต่างกัน ต้องสามารถนำเสนอขาย ใช้กลยุทธ์ต่างๆ ได้เหมาะสม กับสถานการณ์ ซึ่งก็จะสามารถประสบความสำเร็จในงานขายได้

จากการศึกษาพบว่าพนักงานขายจำนวน 66% มีการเตรียมการวางแผนที่มีประสิทธิภาพ ในการนำเสนอขาย ทั้งในการจัดเตรียมข้อมูล อุปกรณ์การนำเสนอและข้อต่อรองต่างๆ ในการเจรจาที่จะเกิดขึ้นเมื่อได้เข้าทำการเสนอขาย การนำเสนอข้อมูลอย่างถูกต้องและมีประสิทธิภาพ ย่อมก่อให้เกิดความเข้าใจที่ถูกต้อง ความกระตือรือร้น ให้ความสำคัญในการเรียนรู้ด้านผลิตภัณฑ์ ระบบการจัดการต่างๆ ของบริษัท และข้อมูลต่างๆ ที่ใช้ในขั้นตอนการขจัดข้อโต้แย้งที่เกิดขึ้นได้ พนักงานขายศึกษาและฝึกฝนจนชำนาญ ย่อมก่อให้เกิดความเชื่อมั่นและปิดการขายได้ในที่สุด ตลอดจนวางแผนหาช่องทางในการปิดการขายให้สำเร็จได้

จากการศึกษาพบว่าพนักงานขายจำนวน 50% ให้ความสำคัญกับบุคลิกภาพของนักขาย ทั้งภายในและภายนอก โดยมีการแต่งกายที่สะอาด น่าเชื่อถือ มีกิริยาและวาจาที่ดี มีมนุษยสัมพันธ์ บุคลิกที่ร่าเริง ใจเย็น กระตือรือร้นในการขาย และแก้ไขปัญหาให้ลูกค้า สามารถสร้างความประทับใจได้ในการเข้าพบครั้งแรก ผู้มุ่งหวังและลูกค้ามีความยินดีที่จะได้ติดต่อและทำธุรกิจร่วมกัน

จากการศึกษาพบว่าพนักงานขายจำนวน 50% ให้ความสำคัญด้านการสร้างความสัมพันธ์ รู้จักและคุ้นเคยกับผู้มุ่งหวังและผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจ เนื่องจากวัฒนธรรมไทยจะให้ความสำคัญกับความเป็นมิตร และความคุ้นเคยกัน นักขายจึงใช้วัฒนธรรมไทยนี้มาช่วยเสริมในงานขายได้ มีประโยชน์มาก บางครั้งบุคคลรอบข้างนั้นก็มีส่วนต่อผู้มีอำนาจตัดสินใจด้วย และสามารถตรวจสอบข้อมูลการเคลื่อนไหวของกลุ่มคู่แข่งและผู้มุ่งหวังได้ถูกต้องยิ่งขึ้น

จากการศึกษาพบว่าพนักงานขายจำนวน 50% ได้เพิ่มความถี่ในการพบผู้มุ่งหวัง ในช่วงที่ลูกค้าใกล้จะตัดสินใจเพื่อติดตามความเคลื่อนไหวของผู้มุ่งหวัง คู่แข่ง การขจัดข้อโต้แย้งต่างๆ และ

เจรจาต่อรองเงื่อนไขต่างๆ เพื่อปิดการขาย โดยจะติดตามอย่างใกล้ชิดแต่ไม่ได้กดดันผู้มุ่งหวัง จนเกิดความรำคาญหรือไม่สบายใจในการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์

จากการศึกษาพบว่าพนักงานขายจำนวน 50% ได้ใช้ความจริงใจต่อลูกค้า รักษาคำพูดต่างๆ ตามที่ได้รับปากกับลูกค้าไว้แล้ว ไม่พูดจาโกหกในการขาย เพราะข้อมูลต่างๆ อย่างสามารถตรวจสอบและพิสูจน์ได้ ตลอดจนการรักษา จรรยาบรรณของนักขาย เช่น ไม่โจมตีคู่แข่งจันด้วยข้อมูลเท็จ หรือกล่าวด่าเกินจริง ไม่นำการคอร์รัปชันมาใช้ในการขาย เป็นต้น

จากการศึกษาพบว่าพนักงานขายจำนวน 41% สร้างความประทับใจในการให้บริการต่างๆ ที่รวดเร็ว มีประสิทธิภาพ สามารถนำเสนอต่อลูกค้าได้ตรงเวลา ถูกต้อง และครบถ้วน ก่อให้เกิดความเชื่อมั่นในตัวพนักงานขายได้

จากการศึกษาพบว่าพนักงานขายจำนวน 33% ได้ให้ความสำคัญการศึกษาระบบการจัดซื้อขั้นตอนต่างๆ ของลูกค้าได้อย่างดี และรับทราบถึงระบบบริหารจัดการของบริษัททั้งหมด จึงไม่สร้างปัญหา หรือเพิ่มงานให้กับลูกค้า อีกทั้งคอยช่วยเหลือแก้ไขปัญหาเปรียบเสมือนเป็นพี่เลี้ยงให้แก่ลูกค้า ลูกค้าจึงทำงานได้สะดวกขึ้นและมีความไว้วางใจในการให้บริการ

จากการศึกษาพบว่าพนักงานขายจำนวน 25% ให้ความสำคัญด้านการจูงใจ เรื่องคุณภาพมากกว่าเรื่องราคา บางครั้งในการแข่งขันที่รุนแรง คู่แข่งขันอาจจะใช้สงครามราคา ซึ่งทำให้ไม่แตกต่างกันในด้านราคาของผลิตภัณฑ์ พนักงานขายสามารถเน้นถึงคุณภาพ ประโยชน์ และบริการหลังการขายอื่นๆ ให้ลูกค้ารับทราบได้ถึงความแตกต่างก็จะสามารถปิดการขายได้ ในบางครั้งราคาต่ำกว่าก็ไม่สามารถชนะในการขายได้

จากการศึกษาพบว่าพนักงานขายจำนวน 25% ใช้ความขยันหมั่นเพียรในการขายไม่ย่อท้อต่อการปฏิเสธ ซึ่งธุรกิจผลิตภัณฑ์ห้องปฏิบัติการ โรงพยาบาลนั้น มีปัจจัยมากมายในการตัดสินใจเลือกใช้ ในการปิดการขายบางครั้งต้องใช้เวลาตัดสินใจนานมาก ซึ่งการขยันหมั่นเพียร จะแสดงถึงความตั้งใจจริงของนักขายนั้น ลูกค้าจะประทับใจและนักขายประสบความสำเร็จในการขายได้

จากการศึกษาพบว่าพนักงานขายจำนวน 25% มีความรับผิดชอบต่อตนเองสูง เนื่องจากงานขายเป็นงานศิลปะ และอิสระ พนักงานขายสามารถวางแผนการขายและควบคุมการทำงานด้วยตนเอง ถ้ามีการรับผิดชอบที่ดีต่องานขาย สามารถติดตามงานขายได้อย่างต่อเนื่องและมีประสิทธิภาพจะสามารถปิดการขายได้สำเร็จ

จากการศึกษาพบว่าพนักงานขายจำนวน 8% สามารถทำการขายได้ถูกกาลเทศะ รู้จักการใช้โอกาสและจังหวะในการขายได้ดี ซึ่งจะเป็นการได้เปรียบทางการแข่งขันทั้งนั้น จะพยายามมองหาโอกาสในการขายอย่างสม่ำเสมอ

จากการศึกษาพบว่าพนักงานขายจำนวน 8%ให้ความสำคัญในการจดจำรายละเอียดปลีกย่อยของลูกค้าและผู้มุ่งหวัง เช่น จดจำน้ำเสียงลูกค้าได้ ทราบวันเกิด ทราบความชอบหรือไม่ชอบของลูกค้าแต่ละราย จึงก่อให้เกิดความประทับใจได้

จากการศึกษาพบว่าพนักงานขายจำนวน 8%ได้ให้ความหมายว่า พนักงานขายต้องกะล่อน กะล่อนนี้ไม่ได้หมายถึง โกหก ตลบตะแลงลูกค้า แต่หมายถึง การแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ดี การเลือกกลยุทธ์เหมาะกับลูกค้าแต่ละราย การสร้างความสัมพันธ์กับทุกๆ คน ตลอดจนแก้ไขปัญหาหรือประนีประนอมข้อพิพาทระหว่างลูกค้ากับทางบริษัทได้ดี