

# การพัฒนากระบวนการขายเชิงกลยุทธ์

## *DAY 1: การสร้างระบบการทำงานเชิงกลยุทธ์*



 **PakornBlog** 

[www.pakornblog.com](http://www.pakornblog.com)

โดย

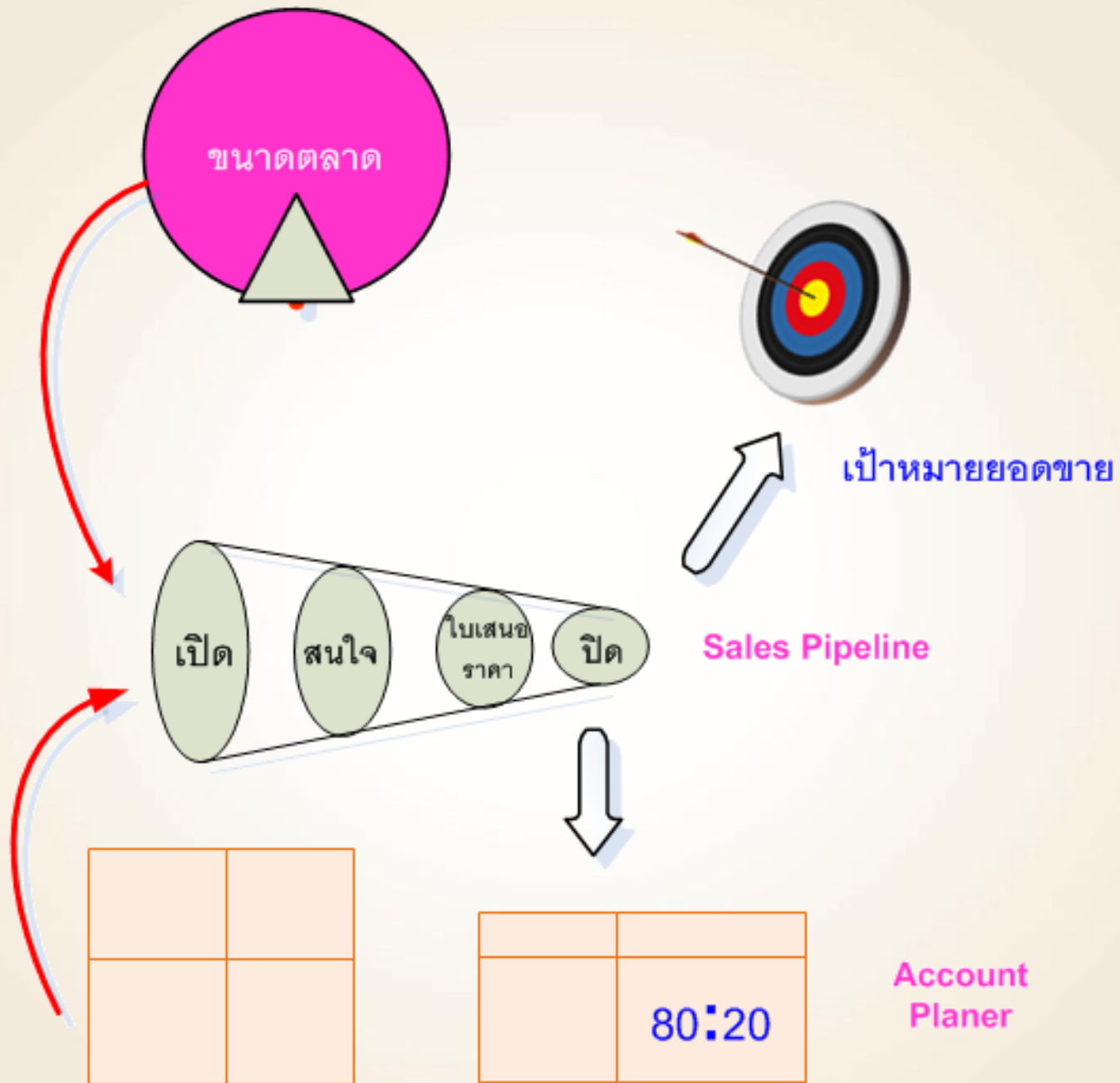
อาจารย์ปกรณ์ วงศ์รัตนพิบูลย์

Executive Coach

Leadership and Strategic Development Consultant

# สนุกกับคำถามที่ไม่ค่อยได้ถาม

- ❖ คุณอยากเป็นนักขายหรือไม่?
- ❖ งานขายให้ประโยชน์อะไรกับคุณครับ?
- ❖ คุณตั้งเป้าหมายลูกค้าที่ปฏิเสธคุณที่ราย/เดือน?
- ❖ คุณชอบที่จะได้ขาย หรือ ชอบที่จะขายได้ครับ?
- ❖ เศรษฐกิจปัจจุบันเป็น โอกาส หรือ อุปสรรค ต่อคุณ?



# สำรวจแนวความคิดเกี่ยวกับเป้าหมายยอดขาย

- ★ คุณรู้สึกอย่างไรกับเป้าหมายยอดขาย (มากเกินไป, น้อยไป, พอดี)?
- ★ เป้าหมายยอดขายเป็นของใคร?
- ★ คุณเชื่อมั่นว่า “ทำยอดขายได้เป้าหมาย” มากแค่ไหน?
- ★ คุณอยากขอเพิ่มเป้าหมายยอดขายอีกซักนิดหรือไม่?



# แนวทางการฝึกอบรมที่ใช้ในครั้งนี้

- ★ การเรียนรู้แบบผู้ใหญ่ (Adult Learning)
- ★ การโค้ชชิ่ง (Coaching) ให้ผู้เรียนดึงศักยภาพของตัวเอง
- ★ การบรรยายเพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นร่วมกัน
- ★ กิจกรรมกระตุ้นการเรียนรู้ให้เข้าใจอย่างแท้จริง
- ★ การบ้านเพื่อนำไปฝึกฝนและปฏิบัติจริง

# กำหนดเป้าหมายยอดขายเชิงกลยุทธ์

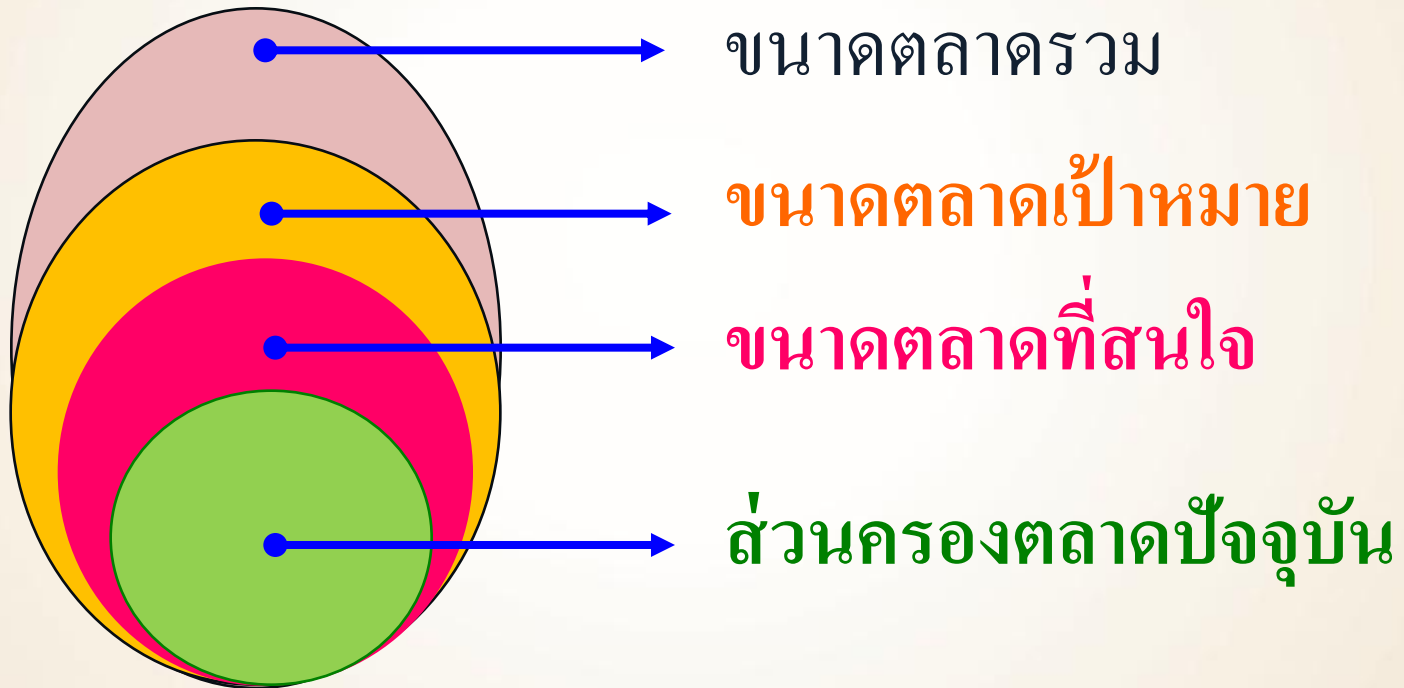


- ★ เป้าหมายยอดขายหลัก แบ่งเป็น
  - เป้าหมายย่อยด้านเวลา
  - เป้าหมายย่อยด้านสินค้า
  - เป้าหมายย่อยด้านลูกค้า
  - เป้าหมายย่อยด้านพื้นที่



“ความละเอียดของเป้าหมายทำให้เรามีทิศทางที่ชัดเจน”

# กำหนดขนาดของตลาดเป้าหมาย



## การคำนวณขนาดตลาดพอสังเขป



information

- ★ กลุ่มอุตสาหกรรมลูก้าเป้าหมาย (T)
- ★ จำนวนรายของลูก้าในอุตสาหกรรม (N)
- ★ มูลค่าการซื้อขายต่อปีของลูก้า 1 ราย (A)

$$\text{ขนาดตลาด} = N \times A$$

หมายเหตุ: เพิ่มกลุ่มอุตสาหกรรม ขนาดตลาดก็ยิ่งกว้างขึ้น



# การวางแผนปฏิบัติการขาย

- ▶▶ เป้าหมายยอดขาย
- ▶▶ ลูกค้าเป้าหมายหลัก
- ▶▶ มูลค่าขนาดตลาดเป้าหมายรวม
- ▶▶ คาดหวังรายได้จากลูกค้าเป้าหมายหลัก
- ▶▶ จำนวนรายได้ที่ต้องการปิดการขาย
- ▶▶ แนวทางที่จะดำเนินการขายพอสังเขป



# Workshop 1

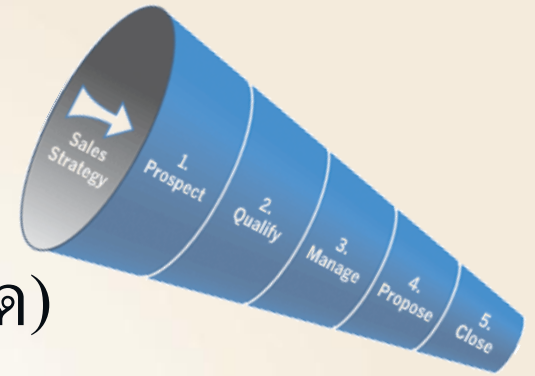
## การเขียนเป้าหมายยอดขายของตัวเอง

- ❖ เป้าหมายยอดขายรวม
- ❖ เป้าหมายยอดขายย่อย (ด้านต่างๆ)
- ❖ มูลค่าขนาดตลาดเป้าหมาย
- ❖ สัดส่วนเป้าหมายเทียบกับขนาดตลาด

หมายเหตุ: กรอกแบบฟอร์มให้ครบถ้วน



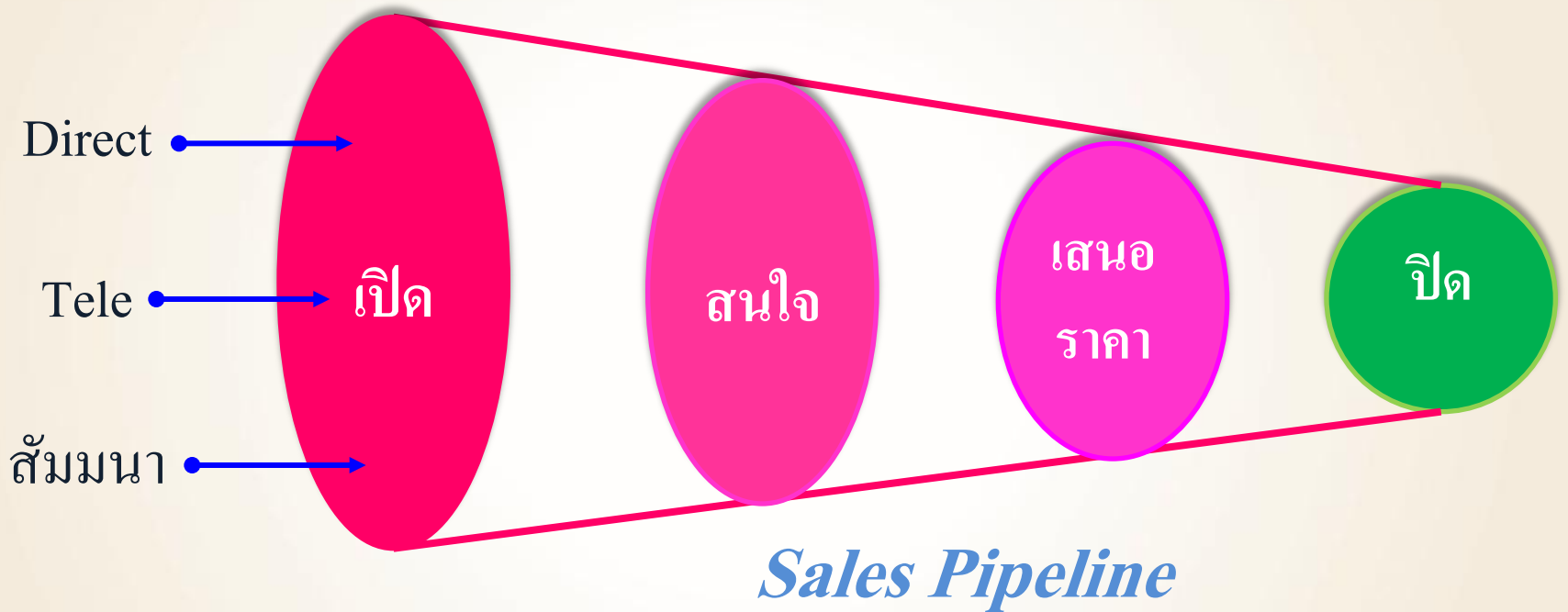
# แนวความคิดของการทำ Sales Pipeline

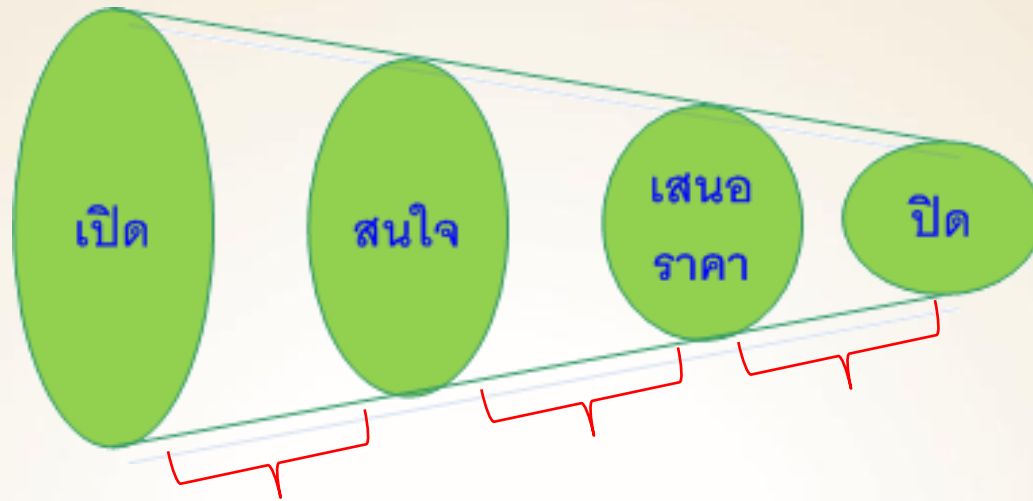


- การขายเป็น “เกมตัวเลข” (เปิด ไม่เท่ากับ ปิด)
- กระบวนการขายมีระยะเวลาในการปิดการขาย
- การตั้งเป้าเปิดลูกค้าใหม่ ง่ายกว่า ปิดการขาย
- โบนัสราคาต้องเยอะ จึงปิดการขายได้เพียงพอกับเป้าหมาย
- Sales ต้องรักที่จะเปิดการขายมากกว่าปิดการขาย
- ขนาดตลาดใหญ่มาก เราต้องขายให้ครบทุกกลุ่ม
- การทำ Sales Pipeline ทำให้พนักงานมีระบบในการทำงาน



# มัทศจรรย Sales Pipeline





- ❖ คุณเปิดการขายลูกค้าใหม่กี่ราย/เดือน?
- ❖ โอกาสประสบความสำเร็จในแต่ละสถานะก็เปอร์เซ็นต์?
- ❖ คุณมีใบเสนอราคาสะสมอยู่แล้วมูลค่าเท่าไร?
- ❖ คุณคาดว่าจะปิดการขายได้ในเดือนหน้าเท่าไร? 2 เดือนหน้าเท่าไร?

# หัวใจสำคัญของ Sales Pipeline

- ✦ มองเห็นอนาคตของตัวเองชัดเจน
- ✦ บริหารยอดขายได้แม่นยำขึ้น
- ✦ ประเมินคุณภาพงานขายของตัวเองได้
- ✦ ทำให้รู้ว่ายังสามารถทำอะไรเพิ่มบ้าง
- ✦ การทำงานอย่างมีระบบทำให้เครียดและกังวลน้อยลง
- ✦ บรรลุเป้าหมายยอดขายได้อย่างต่อเนื่อง



# วิธีสร้างยอดขายจาก Sales Pipeline



“ลูกค้าของเราอยู่ในสถานะไหนบ้างแล้วครับ?”

## Workshop 2

# การกำหนดเป้าหมายด้วย Sales Pipeline

- ➔ เป้าหมายเปิดการขายกี่ราย / เดือน (หรือวัน)?
- ➔ งบประมาณราคาสะสมที่ควรมีอยู่ตลอดเวลามูลค่าเท่าไร?
- ➔ กลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลักที่จะ โทรเพื่อเข้า Sales Pipeline คือกลุ่มไหน?
- ➔ คาดว่าจะ โทรจนครบภายในเมื่อไร?
- ➔ ประเมินว่าจะปิดการขายได้กี่ราย? มูลค่าเท่าไร?

หมายเหตุ: กรอกแบบฟอร์มให้ครบถ้วน



# การประเมินสถานะลูกค้ารายสำคัญด้วย Account Planer

- ★ ลูกค้าที่มีแนวโน้มปิดการขายได้ภายใน 3 เดือน
- ★ ปัจจัยสำคัญที่ใช้ประเมินเปอร์เซ็นต์คาดหวังปิดการขาย
- ★ การวิเคราะห์สถานการณ์การแข่งขัน (SWOT)
- ★ กลยุทธ์ที่เลือกใช้เพื่อปิดการขายภายในกำหนด
- ★ การวางแผนปฏิบัติงานและติดตามผลอย่างต่อเนื่อง
- ★ การขอความช่วยเหลือจากผู้จัดการ (ถ้าจำเป็น)

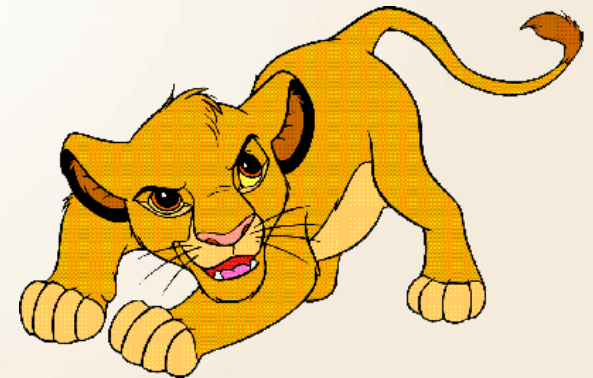
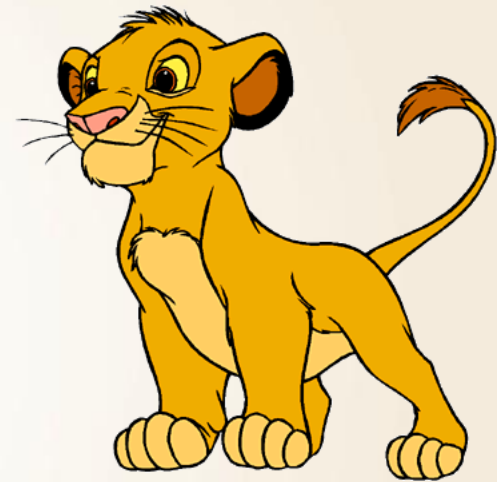
# ประเมินลูกค้าจากใบเสนอราคา (Account Planer)

ลูกค้า	สินค้า	มูลค่า	บุคคลติดต่อ	กิจกรรม	%คาดหวัง

ทฤษฎี 80:20 (ให้ความสำคัญลูกค้าหลัก)

# คุณเป็นนักขาย Style ไหน

- ★ นักขาย พญานกอินทรี
- ★ นักขาย เล็กๆ ไม่ ใหญ่ๆสนใจ
- ★ นักขาย น้ำซึมบ่อทราย
- ★ นักขาย สารพัดประโยชน์
- ★ นักขาย ต้อเท่านั้นที่ครองโลก
- ★ นักขาย น้องผู้นำสงสาร
- ★ นักขาย ผู้เชี่ยวชาญ
- ★ นักขาย วิ่งสู้พัด



# สร้างคัมภีร์การขายของตัวเอง

- ❖ การเตรียมตัวเรื่อง 5 ฐ
- ❖ การนำเสนออย่างมืออาชีพ
- ❖ การเจรจาต่อรองแบบ WIN : WIN
- ❖ เทคนิคปิดการขายอย่างสร้างสรรค์



# การเตรียมตัวเรื่อง 5 รู้

## ❖ รู้บริษัท

(วิสัยทัศน์, คุณค่า, เป้าหมาย, ภาพลักษณ์)

## ❖ รู้สินค้า

(คุณสมบัติ, จุดเด่น, ประโยชน์ต่อลูกค้า)

## ❖ รู้ลูกค้า

(ลูกค้าเป้าหมาย, ความต้องการซื้อ, พฤติกรรม)

## ❖ รู้คู่แข่ง

(เลือกคู่แข่งที่เหมาะสม, เปรียบเทียบข้อต่อข้อ)

## ❖ รู้จักตัวเอง

(Style, จุดเด่น, ความถนัด, เสน่ห์)

## การนำเสนอขายอย่างมืออาชีพ

- ❖ 2 นาทีครึ่ง ด้วยบทพูดสร้างแรงจูงใจ
- ❖ คำถาม-คำตอบ ที่พบบ่อยๆสร้างความมั่นใจให้ลูกค้า
- ❖ ค้นหาความต้องการซื้อของลูกค้าเป็นหลัก
- ❖ นำเสนอด้วยคุณค่าที่เป็นประโยชน์
- ❖ ลูกค้าคือบุคคลสำคัญ

## การเจรจาต่อรองแบบ WIN : WIN

- ❖ ทำความเข้าใจใจอาวูทที่จะใช้
- ❖ ทำให้ลูกค้าเปิดเผยข้อต่อรองก่อนเสมอ
- ❖ สรุปรข้อต่อรองของลูกค้าก่อนใช้อาวูท
- ❖ ทำให้ลูกค้ารู้สึกเป็นผู้ชนะ
- ❖ สนุกกับการเจรจาต่อรอง มองเป็นเรื่องธรรมชาติ



# เทคนิคปิดการขายอย่างสร้างสรรค์

- ❖ ไม่รีบปิดการขายก่อนเวลาอันควร
- ❖ จับสัญญาณซื้อของลูกค้าให้ได้
- ❖ ควรผ่านการเจรจาต่อรองก่อน จึงปิดการขาย
- ❖ ปิดการขายด้วยคุณค่าที่เป็นประโยชน์ของลูกค้า
- ❖ อย่าลืมเสนอการบริการหลังการขาย





## Workshop 3



### การออกแบบคู่มือการขายของตัวเอง

- บทพูดสำหรับลูกค้าแต่ละประเภท
- บทพูดในสถานการณ์ที่แตกต่าง
- คำถาม-คำตอบที่พบบ่อยๆ
- คำถามค้นหาความต้องการซื้อ

หมายเหตุ: กรออกแบบฟอร์มให้ครบถ้วน

# เทคนิคการโน้มน้าวใจลูกค้าให้คล้อยตาม



- ยิ้มแย้ม สุภาพ คิดดีกับลูกค้า
- พูดคุยในเรื่องที่ลูกค้าสนใจ
- เข้าใจธรรมชาติความเป็นมนุษย์ของลูกค้า
- รับฟังความคิดเห็นของลูกค้าอย่างตั้งใจ
- นำเสนอสิ่งที่เป็นคุณค่าในมุมมองของลูกค้า
- ทำให้ลูกค้ารู้สึกเป็นบุคคลสำคัญ



# นักขายที่องค์การต้องการ

- ✓ มองเป้าหมายเป็นเรื่องท้าทายและอยากทำให้ได้
- ✓ รักในงานขายเป็นชีวิตจิตใจ
- ✓ ค้นหาความต้องการซื้อของลูกค้าเป็นหลัก
- ✓ มีทัศนคติเชิงบวกต่องานขาย เพื่อก้าวข้ามอุปสรรค
- ✓ วางแผนการทำงานอย่างเป็นระบบ สามารถวัดผลได้
- ✓ เชื่อมั่นในตัวเอง มุ่งมั่นในเป้าหมายจนบรรลุผลสำเร็จ

# สิ่งที่ได้รับจากการฝึกอบรมในครั้งนี้

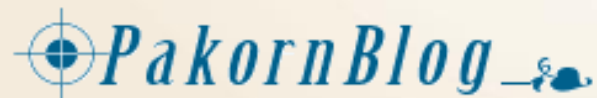


- ❖ เรื่องที่ได้รับ
- ❖ เรื่องที่ชอบ
- ❖ เรื่องที่นำไปปฏิบัติเป็นครั้งแรก

- ★ เป้าหมายยอดขาย → เป้าหมายย่อย
- ★ บริหารยอดขายด้วย Sales Pipeline
- ★ พยากรณ์ยอดขายด้วย Account Planer
- ★ สร้างคัมภีร์การขายของตัวเอง

“จงมุ่งมั่น อดทน ในสิ่งที่คุณทำ แล้วจะประสบความสำเร็จ”

[www.pakornblog.com](http://www.pakornblog.com)



[www.entaining.net](http://www.entaining.net)

