

นักขายมืออาชีพ สไตล်ไหน



บทบาทนักขายที่เราแสดง หรือเป็นนั้นมีความเหมือนและต่างกันอยู่อย่างเห็นได้ชัดเจน หากเราลองมาจัดกลุ่ม หรือให้คำนิยามตามพฤติกรรมที่เราปฏิบัติกับลูกค้า เพื่อเป็นการช่วยเหลือหรือบริการ เพื่อให้ลูกค้าพึงพอใจให้ได้มาซึ่งยอดขายจนสามารถบรรลุเป้าหมายได้เป็นประจำนั้น ขอสรุปเป็น 5 แบบดังนี้

- การขายแบบให้ความรู้
- การขายแบบให้คำปรึกษา
- การขายแบบให้บริการอย่างประทับใจ
- การขายแบบให้การแก้ไขปัญห
- การขายแบบให้การจูงใจ

ฯลฯ (สามารถนิยามเพิ่มได้ตามที่ท่านปฏิบัติจริง)

การขายแบบให้ความรู้

การขายแบบนี้เน้นกลุ่มสินค้าที่ต้องให้ความรู้ทางเทคนิค ที่ซับซ้อนยุ่งยาก มากกว่าที่ลูกค้าทั่วไปจะเข้าใจได้ ทั้งข้อมูลและวิธีการใช้งาน ซึ่งต้องมีการอธิบาย และสาธิตการใช้งานอย่างชัดเจน มีขั้นตอนที่ต้องปฏิบัติตามอย่างครบถ้วน ดังนั้นหากนักขายแบบนี้สามารถทำให้ลูกค้าเข้าใจได้อย่างชัดเจน และสามารถใช้งานได้ด้วยเวลาอันจำกัด ถึงแม้ลูกค้ายังไม่ตัดสินใจซื้อ ก็ถือว่าสำเร็จไประดับหนึ่งแล้ว มีโอกาสซื้อสูงมาก หากลูกค้ามีความต้องการที่แท้จริงกับประโยชน์ที่ได้รับจากพนักงานขายที่จริงจัง

การขายแบบให้คำปรึกษา

การขายแบบนี้มีอิทธิพลสูงมากจากประสบการณ์ หากเราสามารถเป็นที่ไว้วางใจให้กับลูกค้าได้ ส่งผลให้ลูกค้าปรึกษาเราได้ทุกเรื่อง สิ่งที่ได้รับคือ

- ความเชื่อมั่น ศรัทธา ในตัวพนักงานที่สามารถเป็นที่ปรึกษาได้
- ความชัดเจนในเรื่องความต้องการที่แท้จริง จากข้อมูลที่ได้รับ
- ความเกรงใจในการสรุปทั้งเรื่องราคาและเงื่อนไขที่เหมาะสม
- ความไว้วางใจในการจัดการแม้พบเจออุปสรรค ระหว่างการทำสัญญา

หากสามารถทำได้ในแนวทางเป็นที่ปรึกษา จะกลายเป็นเพื่อนสนิทมิตรสหายกัน

การขายแบบให้บริการอย่างประทับใจ

ปกติแล้วลูกค้าย่อมต้องการการบริการขั้นพื้นฐานที่ใกล้เคียงกัน หากในฐานะพนักงานขายสามารถจัดการค้นหาได้ว่ากลุ่มลูกค้ากลุ่มหลักของเรานั้นมีความต้องการในการบริการอย่างไร? แล้วนำมาจัดเป็นการบริการให้ตอบสนองความต้องการที่แท้จริงให้ตรงกับความต้องการที่สุด นั่นคือคำตอบของความประทับใจ

การขายแบบให้การแก้ไข้ปัญหา

ลูกค้าซื้อสินค้าเพื่อต้องการแก้ไข้ปัญหาที่ตนเองพบอยู่ เช่น

- ไม่ทราบว่าซื้อสินค้าอะไร?
- ไม่ทราบว่าต้องเลือกซื้อแบบไหนดี?
- ไม่ทราบว่าซื้อที่ไหน

สิ่งที่เราพนักงานขายทำได้ดีที่สุดคือ เข้าไปเป็นผู้ช่วยลูกค้าแก้ไขปัญหา ด้วยการเป็นใครคนนั้น ที่ช่วยเป็นผู้แก้ไขปัญหาให้กับลูกค้า เช่นรวบรวมปัญหาแล้วนำเสนอสินค้าในการแก้ไขปัญหา ด้วยเหตุผลและเปรียบเทียบให้ชัดเจน เพื่อให้ลูกค้าเข้าใจจริงก่อนตัดสินใจซื้อให้ลูกค้าเชื่อว่าแก้ไขปัญหาได้จริง แล้วค่อยแปลงเป็นยอดขาย

การขายแบบให้การจูงใจ

คนที่ทำงานขายมักต้องการยอดขาย หากเป็นไปได้ก็อยากให้ลูกค้าทุกรายที่ได้มีโอกาสพูดคุย หรือนำเสนอนั้น ซื่ออย่างไร้เงื่อนไข แต่ก็เป็นเรื่องกังวลในการเป็นผู้จูงใจลูกค้าไม่น้อยเช่นกัน แต่นักขายมืออาชีพก็ต้องยอมรับว่าเราไม่สามารถบังคับให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อได้ ทำได้เพียงการกระตุ้น หรือจูงใจ เพื่อให้ลูกค้าเกิดความคล้อยตามหรือเห็นประโยชน์ในการนำเสนอสินค้าและบริการด้วยคุณค่าที่แท้จริง ด้วยความอิสระ เป็นการตัดสินใจด้วยตัวลูกค้าเอง

จะเห็นว่า การขายนั้นเป็นกระบวนการที่มีขั้นมีตอนมากพอสมควร ที่สำคัญต้องใช้ความจำเป็นในการใช้ประโยชน์จากสินค้าเป็นปัจจัยหลักในการกระตุ้นให้ลูกค้าเป็นผู้ตัดสินใจ

ไม่ว่าจะเป็นนักขายสไตล์ไหน สำคัญที่สุดคือความพึงพอใจในสินค้าและบริการ

By โค้ชสุณิชชา

www.sunitcha.com