

ขาย 100 คน

..... 営業マンは「お願い」するな !

ซื้อ 99 คน

อะกิระ คะกะตะ เขียน
กิชรา รัตนภิรัต คูโด แปล

พิมพ์ครั้งที่ 1

เทคนิคสู่การเป็น
สุดยอดนักขายจาก
“พระเจ้าแห่งการขาย”
ของญี่ปุ่น
ที่ปิดการขายได้ตั้งแต่ครั้งแรก
ถึง 99 เปอร์เซ็นต์

ບຸກຄົນ

ทุกอย่างเริ่มต้นขึ้นจากการตั้งคำถามว่า ชีวิต“คืออะไร”

งานคืออะไร ความสุขคืออะไร การแต่งงานคืออะไร เพื่อนคืออะไร จนมาถึงการขายคืออะไร...

ถ้าไม่มี“คำตอบ”ในแบบฉบับของตัวเอง หรือรู้เพียงผิวเผิน ชีวิตของคนคนนั้นจะไม่มี การเตรียมการล่วงหน้า เมื่อเดินไปทางนี้ทางนั้นก็แค่ชนกำแพง บ้าง ล้มบ้าง เจอทางตันบ้าง มีแต่ปัญหาเต็มไปหมด

ผมมีการวางแผนไว้ และเริ่มศึกษาเรื่องการขายตั้งแต่ปี พ.ศ. 2528

เริ่มแรก ผมอาศัยการขี้จักรยานไปหย่อนกระดาษสำเนาโฆษณาที่ผมเขียนขึ้นเองตามชั้นหนึ่งของอาคารต่างๆ ซึ่งมีผู้รับจดหมายเรียงรายอยู่ พอกลับมาก็มีคนสั่งซื้อของมารายหนึ่งเรียบร้อยแล้ว ผมทดลองกับบริษัทนี้เพียงแค่วันเดียว แต่เดือนต่อมายอดขายโดยรวมก็เพิ่มขึ้นเป็นสองเท่า ซึ่งนับเป็นการเริ่มต้นที่ดี หลังจากนั้น ธุรกิจส่วนใหญ่ที่ผมทำมียอดขายเพิ่มเป็นเท่าตัวจนเป็นเรื่องปกติ ประมาณครั้งปีให้หลังก็มีคนเสนอว่า “คุณสนใจไปทำงานที่โตเกียวมั๊ย ตั้งบริษัทที่โตเกียว แล้วตั้งศูนย์วิจัยที่อาตามิหรือคามาคุระก็ได้...ส่วนค่าใช้จ่ายทางนี้ จะออกให้เอง” ผมรับข้อเสนอนั้นด้วยความขอบคุณ และย้ายไปอยู่ที่แมนชั่นในตึกสูงระฟ้าของชินจูกุที่บริษัทเตรียมไว้ให้

จากนั้น ผมก็ดำดิ่งลงไปในความคิดเกี่ยวกับ“การขาย” เพื่อเปิด“โรงเรียน

สอนการขาย”

ทำไมเราถึงขายได้ แต่คนอื่นขายไม่ได้ ต้องทำอะไรบ้างถึงจะขายได้
การบรรยายครั้งนี้จะบรรยายครั้งต้องอาศัยปัจจัยอะไรเป็นสำคัญ ผลสรุปจากการ
ครุ่นคิดนั้น ทำให้ผมรวบรวมคำตอบขึ้นมาได้เป็นคู่มือเล่มหนึ่ง

ผมอยากเอาคำถามเหล่านี้เป็นบรรทัดฐาน แล้วเริ่มคลี่คลายปัญหาเกี่ยวกับการ
การขายอย่างละเอียดนับตั้งแต่บัดนี้เลย แต่ก่อนที่เราจะต้องจำว่าต้องทำอะไร
ถึงจะขายได้นั้น ขอผมเกริ่นถึง “อะไร” ที่ว่านี้ก่อนก็แล้วกัน

นั่นก็คือหลักหกประการดังนี้

หนึ่ง ปรัชญา

สอง มารยาท

สาม วิธีการพูด

สี่ ทฤษฎี

ห้า เทคนิค

หก เคล็ดลับขั้นสุดยอด

ถ้าจำหลักทั้งหกประการนี้ได้อย่างกลมกลืนเป็นหนึ่งเดียว ไม่ว่าสินค้าจะเป็น
อะไรก็ตาม คุณก็สามารถขายได้ทั้งสิ้น

ผมขออธิบายความหมายของหลักแต่ละประการอย่างง่าย ๆ โดยเริ่มจาก
“ปรัชญา” เป็นลำดับแรกนะครับ

ประการแรก “ปรัชญา”

อย่างที่ผมได้กล่าวไปก่อนหน้านี้ว่า เราจะเผชิญกับสิ่งต่างๆ ด้วยท่าที
อย่างไรนั้น ขึ้นอยู่กับวิธีคิด

วิธีคิดที่ว่าคือ คิดอย่างไรจึงจะขายได้ คิดอย่างไรจึงจะตรงกับความเป็นจริง
และคิดได้อย่างชาญฉลาดมากขึ้น...

ประการต่อมาคือ “มารยาท”

งานที่ต้องพบปะผู้คนนั้น สิ่งที่สำคัญที่สุดไม่ใช่ความกระตือรือร้น ไม่ใช่

สินค้า ไม่ใช่คำพูด สิ่งที่สำคัญที่สุดคือ “มารยาท” ซึ่งหมายถึงการให้เกียรติ
ให้ความเคารพต่อผู้ที่อยู่ต่อหน้าเรานั้นเอง

เราต้องตอบให้ได้ว่า ใจ ทำที่ และการใช้คำพูดในลักษณะให้ความเคารพ
ต่อผู้อื่นคืออะไร

ต่อมาก็เป็น “วิธีการพูด”

การขายนั้นเป็นงานพูด แต่คนและธุรกิจส่วนใหญ่กลับไม่รู้วิธีการพูด

พูดอย่างไรจึงจะทำให้อีกฝ่ายยินยอมฟังทันที ไม่มีท่าที่ต่อต้าน และยอมเซ็น
สัญญาซื้อขาย

ประการที่สี่ “ทฤษฎี”

การกระทำใดๆอย่างมีเทคนิคนั้น แน่นอนว่าต้องมีกฎเกณฑ์ในการทำให้
สิ่งนั้นประสบความสำเร็จ หรือที่เราเรียกว่าทฤษฎีนั้นเอง

ถ้าเช่นนั้นในภาคปฏิบัติของการขายแล้ว ทฤษฎีตั้งแต่การรูกจนถึงการ
ปิดการขายเป็นเช่นไร...

นอกจากนี้ ยังต้องอาศัย “เทคนิค” ด้วย

น่าเศร้าที่ว่าในโลกนี้ ความจริงใจเพียงอย่างเดียวไม่สามารถทำให้สิ่งต่างๆ
ประสบความสำเร็จได้ เราจึงจำเป็นต้องมีเทคนิคหลายๆอย่างเข้ามาเสริม
ทั้งเทคนิคการรูก หรือเจาะกำแพงเข้าหาลูกค้าผ่านอินเทอร์เน็ตโฟน เทคนิคการ
โทรศัพท์ เป็นต้น

เทคนิคที่สำคัญยิ่งกว่า คือ เทคนิคปิดการตั้งป้อมปฏิเสธตั้งแต่เริ่มแรก
หรือหากลูกค้ามีท่าทีปฏิเสธขึ้นมา ก็มีเทคนิคในการทลายการปฏิเสธให้มลาย
หายไปภายในพริบตา

ประการสุดท้ายคือ “เคล็ดลับขั้นสุดยอด”

เคล็ดลับขั้นสุดยอด ก็หมายความว่าตามตัวอักษรเลยครับ คือการมีความ
สามารถเป็นเลิศในด้านหนึ่งนั่นเอง

การเป็นเลิศในด้านหนึ่งๆ คือการก้าวข้ามสามัญสำนึกหรือข้อจำกัด ซึ่ง
สำหรับการขายแล้วก็หมายถึงเทคนิคการโจมตีร้อยครั้งชนะร้อยครั้งเพื่อรับมือกับ
ลูกค้าทุกประเภทนั่นเอง

ทั้งหมดที่กล่าวมานี้ คือหลักสูตรที่จำเป็นต่อสุดยอดการขาย

หนังสือเล่มนี้อาจไม่ได้เจาะลึกหลักทั้งหกประการอย่างละเอียดเท่าๆ กัน
ทุกหัวข้อ แต่หากคุณนำสิ่งที่ผมถ่ายทอดไปใช้จริงแล้วละก็ รับรองว่าตั้งแต่
พรุ่งนี้ไป ชีวิตการขายของคุณจะเปลี่ยนไปเป็น “ชีวิตที่รวยด้วยกลีบกุหลาบ”
เลยทีเดียว

อะกิระ คะกะตะ

บทที่ 1

การขายคืองาน “ขายให้”

-- ภาคปรัชญา --

๕ “วิธีคิด” เป็นตัวกำหนดชะตาชีวิตของพนักงานขาย

พนักงานขายรองเท้ามาถึงแอฟริกา เห็นคนท้องถิ่นเดินไปไหนมาไหนโดยไม่ใส่รองเท้า พนักงานขายคนหนึ่งกล่าวขึ้นว่า “มาคิดที่แล้วไง แบบนี้ขายไม่ออกแน่” แต่อีกคนกล่าวว่า “โอกาสมาถึงแล้ว! จะขายให้หมดทุกคนเลย!”...

นี่เป็นเรื่องเล่าที่คนรู้จักกันดี ชีวิตคนเราเป็นเรื่องน่าสนใจครับ แม้ว่าจะอยู่ในสถานที่เดียวกัน ทำในสิ่งเดียวกัน แต่คนหนึ่งกลับขายได้ อีกคนกลับขายไม่ได้ คนหนึ่งประสบความสำเร็จ อีกคนประสบความล้มเหลว **สิ่งที่เป็นหลักสำคัญในการกำหนดชะตาชีวิตอยู่ที่วิธีคิดของคนคนนั้นเอง**

ผมไม่ทราบว่ามีประเทศมีวิธีคิดกันอย่างไร แต่ในญี่ปุ่นมีวิธีคิดเกี่ยวกับการขายที่เรียกได้ว่าไม่เอาไหน จนผมแทบอยากจะเอามือปิดตาเลยทีเดียว

เพราะพอเข้าทำงานที่บริษัทก็ถูกบอกว่า “ทำตามที่รุ่นพี่เขาทำไปก่อนละกัน” แค่นี้

ถ้าไม่มีการสอนวิธีคิดก็ไม่มีการสอนวิธีพูด

ที่สำคัญคือ รุ่นพี่คนนั้นเองก็ไม่เอาไหน พอเห็นการถูกปฏิเสธราวกับการไล่แมลงวันก็พลอยทำให้รุ่นน้องเข้าใจผิด คิดไปว่าการขายมันเป็นแบบนี้ พอเอารุ่นพี่เป็นแบบอย่าง การขายก็จะเป็นการไล่สุมไปเรื่อยอย่างเช่น “ผมโทร.จาก

บริษัท XX ครับ...” “ไม่เป็นไรค่ะ!” “ดิฉันขอเสนอสินค้า XX...” “ไม่เอาครับ!” ไม่จบสิ้น

งานขายนั้นไม่ได้เป็นงานที่เกี่ยวไล่ตามคนแบบไร้วิธีการ อย่างเช่น “ช่วยฟังผมหน่อยได้ไหมครับ...” หรือ “สนใจสินค้านี้ไหมคะ...” แล้วก็ไม่ใช่งานที่ให้ไปไล่หาคนที่ดูท่าทางอ่อนแอหรือคนแก่ เพราะกลัวว่าจะขายไม่ออก และก็ไม่ใช่งานโฆษณาชวนเชื่อเหมือนหลอกให้อีกฝ่ายติดกับด้วยอีกเช่นกัน

ถ้าอย่างนั้น โดยเนื้อแท้แล้วการขายเป็นงานเช่นไร

ต้องคิดอย่างไร ทำอย่างไร จึงจะได้การตอบรับจากทุกคน ขายดีเป็นเทน้ำเทท่า ก่อนอื่นเราลองมาเริ่มจากการนึกถึงเนื้อหาของ “งาน” ในสิ่งที่เรียกว่างานขายกันก่อนครับ

ในเรื่องของการทำงานนั้น เคยมีคนเปรยไว้ว่า “การทำให้ผู้อื่นสบายคืองาน” เป็นเช่นนั้นจริงครับ มันเป็นการตีความอย่างหาที่ติไม่ได้เลย

ร้านรวงและธุรกิจต่างๆ ในโลกนี้ ไม่ว่าจะเป็นร้านอาหาร ร้านขายสินค้าสมัยใหม่ โรงพยาบาล โรงแรม สนามบิน ต่างก็ตั้งขึ้นมาเพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้อื่น (ส่วนพวกมียาได้โดยไม่ทำประโยชน์แก่ผู้อื่น คงมีแต่พวกอาชญากรมากกว่าจะเป็นพวกที่โชคดี)

การทำประโยชน์แก่ผู้อื่นนั้นก็คือการทำในสิ่งที่เห็นผลดีต่อผู้อื่น และทำให้ผู้อื่นได้ในบางสิ่ง รวมแล้วจะเรียกว่าเป็นการมอบความสุขให้แก่ผู้อื่นก็ว่าได้

ในกรณีของพนักงานขายนั้น ถ้าเราแนะนำสินค้าให้ ก็ต้องบอกว่าจะเห็นผลดีต่อลูกค้าคนนี้อย่างไร เมื่อเทียบกับการไม่ได้ใช้แล้ว จะมีความปลอดภัย ความสะดวกสบาย และความสุขต่างกันเพียงไร เราทำให้เขาคิด แล้วในที่สุดก็ทำให้เขาตัดสินใจว่าจะใช้มัน

พูดง่าย ๆ ก็คือ การขายเป็นงานขาย “ความสุข” และคุณคือ “นักกีฬา” นำความสุขนั้นไปให้

ถ้าคุณขายของด้วยความคิดเพียงแค่ว่าขายๆ ไปแค่นั้น ก็จะมีคนปฏิเสธอย่างไม่แยแสเอาได้ง่ายๆ

แต่ถ้าหากคุณเป็น “พนักงานขายผู้มีความรัก” ที่คิดถึงแต่ความสุขของอีกฝ่าย คุณก็จะได้รับการต้อนรับจากลูกค้า และยังทำให้คนมีความสุขจำนวนมากขึ้นเท่าใด ผลที่ได้คือคุณเองก็จะมีชีวิตที่มีความสุขเช่นกัน

ว่าไงครับ จากนั้นไปเลิกคิดเรื่องไม่เป็นเรื่องอย่าง “จะขายได้หรือเปล่านะ ถ้าขายไม่ได้จะอย่างไรดี...” แล้วหันมาคิดว่า “ถ้าขายสิ่งนี้จะเป็นผลดีแก่อีกฝ่ายอย่างไร” ตั้งคำถามให้สมองเล่นเรื่องจำนวนข้อดีเหล่านั้นอย่างเต็มที่ อย่ากลองเป็นพนักงานขายแบบนี้ดูใหม่ล่ะครับ

ส่วน **จะขายได้หรือเปล่า** เรื่องนี้เก็บไว้ทีหลัง อย่าสนใจ อย่าสนใจ...

ต่อไปเรามาดูองค์ประกอบของ “การขาย” ให้มากขึ้นกันดีกว่า

คิดอย่างไรถึงจะขายได้!

แน่นอนว่าคุณเองก็คงพบคำตอบว่ามีวิธีคิดในการขายที่หลากหลาย ผมได้รวบรวมสิ่งที่เห็นว่า “ใช่เลย!” จากประสบการณ์ที่ผ่านมา เป็นบทสรุปของวิธีคิดในการขาย หรือที่เรียกว่า “ภาคทฤษฎี” ออกมาเป็น 5 บรรทัดนี้

สิ่งที่เป็นหลักสำคัญ
ในการกำหนดชะตาชีวิต
อยู่ที่วิธีคิด
ของคนคนนั้นเอง

§ “การขายคืออะไร”

การขายคือ เทคนิคการจูงใจในการขายสิ่งที่ตนเองเชื่อว่าดี เพื่อประโยชน์ของอีกฝ่าย ในสถานการณ์ที่ไม่อาจปฏิเสธได้

นี่มันหมายความว่าอย่างไร

ขอผมอธิบายไปเป็นข้อๆก็แล้วกัน

§ ขายสิ่งที่ตนเองเชื่อว่าดี – มั่นใจใน “สินค้า” ที่ตนจะขายหรือไม่

ผมมักตั้งคำถามนี้ในการอบรมอยู่เสมอ

คนส่วนใหญ่จะแสดงสีหน้าหงอยอยู่ครู่หนึ่ง ถ้าให้ยกมือละก็ จะมีคนที่ตอบว่า “มั่นใจ” ร้อยละ 10 ที่ตอบว่า “ไม่มั่นใจ” ร้อยละ 20 และที่ตอบว่า “ไม่แน่ใจ” ร้อยละ 70

ผมบอกเลยว่า “โง่!”

สินค้าที่ตัวเองยังไม่มั่นใจ คุณจะขายออกได้อย่างไรละ หรือสินค้าที่ตัวเองยังตัดสินใจไม่ได้ว่าคุณจะอธิบายสินค้านั้นได้อย่างไรครับ

ในปี พ.ศ. 2534 เป็นช่วงที่ญี่ปุ่นเกิดภาวะฟองสบู่แตกและเศรษฐกิจตกต่ำ พวกที่ล้มละลายไปก่อนคืออุตสาหกรรมก่อสร้างทั่วไป ซึ่งเป็นบริษัทก่อสร้าง-บริษัทผู้สร้างบ้านที่เคยรุ่งเรืองอยู่แต่เดิม นับแต่ปีนั้นมา ผมก็มักได้รับคำขอให้ช่วยขายบ้านหรือแมนชั่นที่ยังขายได้ไม่หมด

ขอแนะนำจากเจ้าแรกก่อน

เจ้านี้เป็นบริษัทที่มีพื้นที่ถึง 3 หมื่นสี่โตะ⁴ ซึ่งว่ากันว่าใหญ่สุดในแถบตะวันตกของญี่ปุ่น บริษัทนี้สร้างแมนชั่นเป็นครั้งแรกจากการแนะนำของธนาคาร แต่เกิดวิกฤติฟองสบู่ ผ่านไป 3 เดือนแล้วยังขายไม่ได้สักห้องเดียว จึงมาปรึกษาผมให้ “ช่วยชี้แนะด้วย...”

⁴ 1 สิบโตะ เท่ากับ 3.31 ตารางเมตร

ผมก็รีบไปที่สำนักงานขาย ผู้จัดการบริษัทที่เป็นตัวแทนจำหน่ายนั้น พอรับนามบัตรผมไปไม่ทันไรก็พุดขึ้นมาทันที

“ที่นี้ขายไม่ออกหรอก ถนนด้านหน้ามันแคบไป ด้านข้างก็เป็นโรงงานทำขนมปัง ถัดไปก็เป็นแม่น้ำ ถ้าจะไปสถานีก็ต้องข้ามทางม้าลายไป แม้จะมีไฟจราจรแต่ก็อันตราย เราเพิ่งสร้างแมนชั่นเป็นครั้งแรก เลยยังไม่มีชื่อติดตลาด พอพอองสบู์แตกอย่างนี้เจ้าอื่นเขาก็ลดราคากันหมด แต่ประธานบริษัทนี้เป็นพวกมือสมัครเล่น พวกเราบอกเขาหลายต่อหลายครั้งแล้วเขาก็ไม่ยอมลดราคาลง มันถึงขายไม่ได้นี่แหละ”

ผมอยากมอบประกาศนียบัตรให้ผู้จัดการคนนี้เลย

ในฐานะที่เป็นแชมป์โลกในการคิดลบ “หาแต่ข้ออ้างว่าทำไมจึงขายไม่ได้”

ผมปล่อยให้ถ้อยคำของผู้จัดการผ่านไป ก่อนอื่นคิดว่าจะลองขายเองดู ก็รู้สึกตื่นเต้นขึ้นมา เพราะเกิดมาเพิ่งจะได้ขายแมนชั่นกับเขาเป็นครั้งแรก นี่แหละ แม้จะไม่รู้เรื่องสินค้า เรื่องเงินดาวน์มัดจำ หรือวิธีคำนวณกำไรอะไรเลยก็ตาม ผมก็ไม่ได้หวั่น เพราะอีกฝ่ายก็ไม่รู้เหมือนกันแหละ

สุดท้าย ผมก็รีบลูกค้าสิบกลุ่มในวันเสาร์และอาทิตย์ ซึ่งรวมถึงลูกค้าที่มาเย้ยหยันด้วย ผมทำให้ลูกค้าทั้งสิบกลุ่มนั้นชำระเงินค่าสมัครได้ภายในวันเดียว และหลังจากนั้นอีกหกวันก็ทำสัญญาได้ครบหมด

ของที่ขายง่ายแบบนี้ ทำไมสามเดือนถึงขายไม่ได้เลยสักห้อง

ก่อนที่จะไปพุดถึงเรื่องความสามารถในการขาย ก็น่าจะเป็นเพราะความคิดลบของคนเหล่านี้ที่มองเห็นด้านลบเป็นเรื่องลบนั่นเอง

บนโลกใบนี้ ประชากร 6,400 ล้านคนล้วนเป็นมนุษย์ที่เต็มไปด้วยข้อบกพร่อง สินค้าที่สร้างสรรค์โดยคนซึ่งไม่สมบูรณ์แบบเหล่านี้ย่อมไม่มีชิ้นไหนที่จะสมบูรณ์แบบ เพราะเหตุนี้สินค้าจึงพลอยมีข้อบกพร่องตามไปด้วย

ในความเป็นจริงนั้นไม่มีสินค้าใดที่ปราศจากข้อบกพร่องเลย หากเรายอมรับความจริงข้อนี้ได้ หากเราสามารถมองเห็นคุณค่าอันเป็นจุดเด่นที่ไกลเกินกว่าข้อบกพร่องของสินค้าได้จากใจจริงเมื่อไหร่ สินค้าอื่นๆ ก็จะกลายเป็นสินค้ายอดนิยมที่ได้รับความนิยมมั่นใจกลายเป็นอันดับหนึ่งในญี่ปุ่นสำหรับคนคนนั้นไปตามที่คิด

อย่างไรก็ตาม การวิพากษ์วิจารณ์ข้อเสียในส่วนที่ไม่สามารถเปลี่ยนแปลง

ได้ หรือถูกกำหนดมาเป็นอย่ำนั้นแล้ว ย่อมไม่เกิดประโยชน์อันใด และไม่แก้ปัญหาคือเลย

แต่หากรู้จักมองข้ามข้อบกพร่องและสามารถหันมาชื่นชมข้อดีของสินค้านั้นๆ ได้เมื่อไหร่ คุณจินตนาการออกไหมว่าชีวิตและการขายจะสบายแค่ไหน
ยังมีอีกเรื่องครับ

มีแมนชั่นแห่งหนึ่งซึ่งอยู่ทางตะวันตกสุดของเมืองฟูกูโอกะ ด้านหลังเป็นภูเขาโดยรอบ ด้านหน้าเป็นทะเล ไม่มีความสะดวกต่อการไปจับจ่ายซื้อข้าวของเลย ตั้งแต่เริ่มเปิดขายมา 1 ปี ขายได้เพียง 5 ห้องเท่านั้น จนในที่สุดก็เลิกขายเลิกก่อสร้างต่อ ต้องปล่อยทิ้งไว้อย่างนั้น

พนักงานที่นั่นพาผมเดินชม แล้วก็พูดเสียงเบาๆ เหมือนพูดกับตัวเองว่า “ทำไมมาสร้างในที่แบบนี้ก็ไม่รู้...”

ผมขายแมนชั่นนี้ได้ทั้งหมด 27 ห้อง ได้รับคำตอบแทนเทียบเท่ารายได้ของพนักงานกินเงินเดือนทั้งสิ้น 10 ปี

ถ้าเอาเรื่องข้อเสียที่ว่าสถานที่แห่งนี้ไม่สะดวกต่อการจับจ่ายซื้อข้าวของมาพิจารณา การอยู่ห่างจากสถานีรถไฟก็เป็นการออกกำลังกายไปในตัว ที่ว่าต้องใช้เวลาในการเดินทางเพื่อไปทำงานนั้น ก็เป็นโอกาสในการได้อ่านหนังสือ นอกจากนี้แมนชั่นแห่งนี้ยังแวดล้อมไปด้วยธรรมชาติ วิวดี อากาศดี มีทั้งทุ่งนาและลำธารเล็กๆ โอบคลุมด้วยอิออนประจุลบ^๕ เช่นนี้นับเป็นการเยียวยาจากความเหนื่อยล้าได้อย่างรวดเร็ว เหมาะอย่างยิ่งสำหรับเด็กในวัยศึกษาเล่าเรียน

ผมถามคนที่มาชมสถานที่ทุกคนว่า “ชอบธรรมชาติไหมครับ” ทุกคนตอบว่า “ครับ/ค่ะ!”

หัวหน้าแผนกของบริษัทใหญ่แห่งหนึ่งแนะนำลูกน้องให้เป็นลูกค้าสองคน ทนายความที่ขับรถสปอร์ตก็ทำสัญญาซื้อในส่วนของครอบครัวตนเอง และของคุณแม่ด้วย

ผมอยากถามคุณอีกครั้งครับ ว่าลองไม่เอ่ยถึงข้อเสียที่มันไม่สามารถ

^๕ อิออนประจุลบคืออะตอมหรือโมเลกุลของออกซิเจนที่มีจำนวนอิเล็กตรอนมากกว่าโปรตอนในนิวเคลียส อิออนประจุลบมีอยู่เป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะในบริเวณใกล้น้ำตก ภูเขา ป่าชายทะเล และช่วงหลังฝนตก อิออนไวต่อการเกิดปฏิกิริยาและการเปลี่ยนแปลง จึงช่วยกำจัดฝุ่นและมลพิษในอากาศ ทำให้อากาศสะอาดและสดชื่น

เปลี่ยนแปลงได้ หรือข้อเสียที่เราไปกำหนดให้มัน (เช่น หนาวไป ร้อนไป หัวหน้าหรือบริษัทไม่ชอบ หรือสินค้าเป็นอย่างโน้นอย่างนี้) แล้วรักแต่ข้อดีของมันเท่านั้น จากใจจริงดูได้ไหม

ถ้าทำได้ คุณจะทำอะไรก็จะรู้สึกสนุกไปหมดเหมือนสมัยเด็ก ๆ คุณจะเกิดความสนใจหรือความปรารถนาต่อสิ่งต่าง ๆ และแน่นอนว่ายังจะสามารถขายสินค้าได้เรื่อย ๆ อีกด้วย

๕ เพื่อประโยชน์ของอีกฝ่าย – ถ้าอยากมีความสุขก็ต้องเติมเต็มอีกฝ่ายก่อน

ที่ว่า “เพื่อประโยชน์ของอีกฝ่าย” นั้นหมายความว่าอย่างไร
คุณทำงานเพื่อใครครับ

คนส่วนใหญ่จะตอบว่า “เพื่อตัวเอง” ซึ่งก็ไม่ได้ผิดแต่ประการใด นักวิชาการทุกหนแห่งในโลกต่างก็สรุปตรงกันว่า “ที่สุดของมนุษย์อยู่ที่ความยึดถือในตัวตนของตน” เป็นเช่นนั้นเอง

ไม่ว่าจะพูดอย่างสวยหรูเช่นไร คนเราก็เห็นว่าตัวเองสำคัญที่สุด แต่สิ่งต่าง ๆ ย่อมมีลำดับของมัน นั่นก็คือ การจะเติมเต็มตนเองได้ ก่อนอื่นต้องเติมเต็มคนที่อยู่ตรงหน้า เช่น ภรรยาเรา ลูกเรา ลูกน้องเรา ลูกค้าเรา ฯลฯ ให้ได้เสียก่อน ซึ่งนี่เป็นหลักความสัมพันธ์ระหว่างเหตุและผลครับ

ในชีวิตและในการทำงานของผมนั้น ถ้าหากผมคิดถึงแต่ตัวเองและไม่ใส่ใจคนอื่น คนอื่นก็จะตีตัวออกห่าง หรือไม่ผมก็จะถูกปฏิเสธ กลายเป็นผลลัพธ์แย่ ๆ ไป

ชีวิตเปรียบเหมือน “เสียงสะท้อนกลับ” ครับ ถ้าเราทำให้คนอื่นมีความสุข ผลลัพธ์คือเราจะมีความสุข ถ้าเราทำให้คนอื่นไม่มีความสุข เราก็จะพลอยไม่มีความสุขไปด้วย นี่เป็นเรื่องอันแสนธรรมดา และเป็นความจริงอันสากลและนิรันดร์

ยกตัวอย่างร้านอาหาร

ถ้าหากเราคิดแต่อยากรวย แล้วใช้วัตถุดิบและการประกอบอาหารแบบลวก ๆ

ก็จะทำให้ลูกค้าโกรธและไม่พอใจ พอลูกค้าลดลง สุดท้ายก็ต้องปิดกิจการ แต่ร้านที่ไม่เพิกเฉยต่อการพยายามทำเรื่องต่างๆ ให้ลูกค้าพอใจ “มากขึ้น” ก็จะทำให้ลูกค้ารู้สึกชอบคุณ แล้วในที่สุดก็จะสามารถขยายกิจการออกไปได้อีกเรื่อยๆ

คนที่ไม่รู้ถึงความจริงธรรมดาๆ เช่นนี้มีมากมายทีเดียว

คราวหนึ่ง น้องสาวของผมโทรศัพท์มาหา

“พี่ ฉันเพิ่งเริ่มงานขายประกันชีวิต ช่วยซื้อสักแบบสิ!”

นั่นอาจจะเป็นคำพูดที่น้องสาวผมไม่ได้ใส่ใจอะไรนัก แต่ที่ชื่อว่า “ช่วยซื้อหน่อยสิ” ก็เป็นไปเพื่อตัวเอง ไม่ได้เป็นความรู้สึกที่คิดถึงประโยชน์ของอีกฝ่ายเลย ถ้าหากบอกว่า

“พี่ อะอะไรจะเกิดกับชีวิตเมื่อไหร่ก็ไม่รู้ ถ้ามีประกันไว้สักแบบ เผื่อเกิดอะไรขึ้นก็ยังอุ่นใจนะ ถ้ารักภรรยา รักลูกละก็ ทำประกันสักแบบเพื่อพวกเขาเถอะ...” แบบนี้ ผมก็ไม่เห็นเหตุผลจะปฏิเสธ และจะทำประกันโดยไม่บ่น ไม่ว่าอะไร

วันก่อน ร้านเครื่องไฟฟ้าใกล้ๆ ส่งคนมาขายตู้เย็นขนาดใหญ่ เขาเป็นคนหนุ่มที่ดูดีขนาดคนในบริษัทผมถึงกับพากันถอนหายใจออมแพ้ แต่วันนั้น คำพูดของเขากลับไม่เอาไหนเลย

“ตอนนี้เราจัดขายตู้เย็นขนาดใหญ่อยู่ครับ ต้องขายให้ได้ทั้งหมด 20 เครื่อง แต่ยังมีเหลืออีกเครื่องหนึ่ง ผมเลยนึกถึงคุณคะกะตะขึ้นมา...”

เสียดยาทันทีหนุ่มคนนี้อุตส่าห์ดูดี แต่กลับไม่รู้ถึงความจริงของโลกที่ว่า “ก่อนอื่นต้องทำให้อีกฝ่ายมีความสุขก่อน” แต่เขากลับบอกว่า ช่วยทำให้ผมมียอดขายดีหน่อย แน่نونว่าพอผมปฏิเสธไปอย่างสุภาพ เขาก็บอกว่า “ถ้าจิ้นผมขอตัว...” แล้วลุกขึ้นทำท่าจะจากไป ผมงงไปเลย

มาทำอะไรของเขาเนี่ย

เขาทำพลาดถึงสองเรื่องด้วยกัน เรื่องแรกคือเขาขอให้ซื้อเพื่อตัวเขาเอง ซึ่งไม่ควรจะพูดออกมา เขาควรจะบอกกับอีกฝ่ายว่าอย่างนี้

“ตู้เย็นที่ใช้อยู่ตอนนี้ ซื้อมาตั้งแต่เมื่อไหร่ครับ”

“สภาพเป็นอย่างไรบ้างครับ”

“มีข้อจำกัดทำนองนี้บ้างไหมครับ”

“จิ้นหรือครับ ตู้เย็นที่ใช้อยู่ตอนนี้มีปัญหาตามที่ว่ามาใช่ไหมครับ คุณนายครับ เคยคิดบ้างไหมครับว่าถ้าสามารถแก้ปัญหาทั้งหมด ทั้งเรื่องข้อจำกัดและ

ค่าไฟได้จะดีแค่ไหน”

“จุดนี้จะไม่เป็นปัญหาอีกต่อไปครับ เราได้พัฒนาหนทางที่จะแก้ปัญหาเหล่านี้ได้ทั้งหมดในปริบทา...”

“ถ้าเป็นตัวยืนนี้ จะมีข้อดีอย่างนี้ ข้อดีอย่างนั้น และก็มีข้อดีอย่างนี้อีกด้วย ถ้าเป็นอย่างนี้น่าจะทำให้คุณนายพอใจใช่ไหมครับ”

รับรองภรรยาผมต้องพูดว่า “ซื้อเลย!” อย่างง่ายดาย

ถ้าสามารถบอกข้อจำกัดที่อีกฝ่ายรู้อยู่ และบอกข้อดีที่จะได้รับจากการใช้สินค้าตัวใหม่แล้วละก็ ต่อให้พูดว่า “ได้โปรดเห็นใจด้วยเถอะครับคุณลูกค้า...” เงินเป็นแสนเยนเขาก็ยอมจ่ายให้สินค้าแบบนี้

ความผิดพลาดอีกข้อหนึ่งคือ การที่เขาบอกว่า “ฉันผมขอตัว...” แล้วลุกขึ้นยืน

ผมเคยชอบพนักงานคนนั้นมาก และที่จริงก็มีเครื่องใช้ไฟฟ้าหลายอย่างที่ดีกว่าจะซื้อใหม่มาเปลี่ยน แต่ไม่ได้คุยไปถึงจุดนั้น เขาเลยกลับไปมือเปล่า

คนที่ เป็นมืออาชีพ ไม่ว่าจะเกิดอะไรขึ้นเขาก็ต้องหาทางสนทนา ต้องทำงาน

ถ้าวิธีที่หนึ่งใช้ไม่ได้ ก็ต้องใช้วิธีต่อไป ถ้าวิธีที่หนึ่งใช้ได้ ก็ยังต้องใช้วิธีที่สอง ถ้าใช้ได้ทั้งสองวิธีแล้ว ก็ยังต้องใช้วิธีที่สาม ตราบใดที่ยังมีความเป็นไปได้ ตราบนั้นก็จะขายให้ได้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้ ถึงจะเป็นมืออาชีพ

ผมคิดอยู่พอดีเลยว่าจะซื้อเครื่องโกนหนวดไฟฟ้ากับโทรทัศน์เครื่องใหม่ พอเขาบอกว่า “ถ้าฉันผมขอตัว...” เลยทำให้ไม่มีโอกาสพูด พอจะไปหาซื้อก็ต้องเสียเวลาไปหนึ่งวัน

การที่เขากลับไปอย่างรวดเร็ว ทำให้เขาเสียโอกาสในการทำยอดขายโทรทัศน์ และเครื่องโกนหนวดไฟฟ้า ส่วนผมก็เสียเวลาหนึ่งวันเพื่อไปหาซื้อ

เขาดำรงว่า “การขายคือบุญ การกลับไปโดยไม่ได้ขายคือบาป” อย่างนั้นเลย

จะอย่างไรก็ตาม เคล็ดลับของการขายคือ การไม่ขายเพื่อตัวเราเอง แต่ขายเพื่อประโยชน์ของอีกฝ่ายเท่านั้น

ทั้งการมีน้ำใจต่อผู้อื่น ทั้งการขายสินค้า ถ้าทำไปโดยมีเบื้องหลังแอบแฝงว่าทำเพื่อตัวเราเองแล้วละก็ แรงจูงใจก็ไม่บริสุทธิ์ และยังคงดำด้อยด้วย

เราจะไม่คิดถึงตัวเอง “แม้แต่หน่อย” จนกว่าจะถึงจุดที่ขายได้ รอให้ออกจากบ้าน หรือออกจากบริษัทนั้นไปก่อนแล้วค่อยหลุดปากว่า
“เย้ย!”

ชีวิตเปรียบเหมือน
“เสียงสะท้อนกลับ” ครับ
ถ้าเราทำให้คนอื่น
มีความสุข ผลลัพธ์
คือเราจะมีความสุข

๕ สร้างสถานการณ์ที่ไม่อาจปฏิเสธได้ – การที่ถูกค่าปฏิเสธไม่ได้แปลว่า “ไม่ต้องการ”

ข้อต่อมา สถานการณ์ที่ไม่อาจปฏิเสธได้นั้นเป็นอย่างไร

โดยปกติแล้วเวลาเราจะทำอะไรโดยมีเป้าหมาย เราย่อมอยากประสบความสำเร็จมากกว่าล้มเหลวใช่ไหมครับ ถ้าอย่างนั้น เพื่อให้บรรลุเป้าหมาย เราก็ควรทำให้ไม่ถูกปฏิเสธ

การขายก็เหมือนกัน ในการขายนั้น การขายคือเป้าหมาย ไม่ว่าเราจะนำเสนอโดยคิดว่าสินค้านั้นดีขนาดไหน ถ้าอีกฝ่ายไม่เปิดใจรับละก็เท่ากับหมดความหมายในการเยือนไปเลย

คนที่จะอธิบายให้อีกฝ่ายเห็นว่าสินค้านั้นดี และไม่คิดปฏิเสธก็คือพนักงานขายนั่นเอง คำว่า “ไม่อาจปฏิเสธได้” เป็นคำที่ทำให้เข้าใจผิดได้ง่ายว่าเป็นการกดดัน บังคับ หรือตื้อ แต่ไม่ใช่อย่างนั้นเลยครับ

ลองคิดว่าทำไมลูกค้าถึงได้ปฏิเสธการขาย ทำไมพอพนักงานขายแนะนำตัวเองปั๊บ ก็โดนบอกเลยว่า “ไม่เอา” ไม่ใช่ “เพราะไม่ต้องการ” ที่เขาปฏิเสธไม่ใช่เพราะว่าสินค้านั้นไม่จำเป็น ไม่ใช่เพราะไม่มีเงิน ไม่ใช่เพราะไม่มีเวลาด้วย

สาเหตุที่ถูกค่าปฏิเสธคือ มีอยู่สองอย่างเท่านั้นครับ

อย่างแรกคือ รู้สึกไม่ดีต่อทำที่หรือการแต่งตัวของพนักงานขาย คุณเองพอจะจำได้บ้างไหมครับ

หากอุปลักษณะ วิธีการพูดจา และท่าที สร้างความรู้สึกไม่ดีแก่ลูกค้าในวินาทีที่พบกันแล้ว คุณก็จะโดนปฏิเสธเอาได้ง่ายๆ

อีกอย่างคือ การทำให้คนอื่นรู้สึกเสียเวลา ลูกค้าไม่ได้อยู่บ้านหรือบริษัท เพราะคิดว่าอยากคุยกับพนักงานขาย ถ้าเปิดช่องหรือจังหวะที่ทำให้ลูกค้ารู้สึกเหมือนเรากำลังบอกเขาว่า ถ้าอยากปฏิเสธก็เชิญปฏิเสธได้เลยเมื่อไหร่ พอนั่งปั๊บก็โดนปฏิเสธปั๊บแหละครับ

พนักงานขายหลายคนซึ่งเป็นเช่นเดียวกับพนักงานร้านเครื่องไฟฟ้าที่ยกตัวอย่างมาข้างต้นนั้น สุดท้ายก็โดนลูกค้าปฏิเสธ กลับไปโดยไม่ได้ขายอะไร แต่ถ้าให้ผมพูดนะ การที่จากไปโดยไม่ยอมบอกถึงข้อดีอะไรแก่ลูกค้าเลยก็นับเป็นบาปแล้ว ถ้ากลับไปโดยไม่ขายสินค้า ช่วงเวลาที่ได้มีปฏิสัมพันธ์กับลูกค้าก็

เสียเปล่า สำหรับลูกค้าเองก็เป็นการเสียเวลา ซึ่งผมคิดว่านี่เป็นเรื่องเสียมารยาท
อุตสาหกรรมเอาสินค้าที่ตัวเองเชื่อมั่นว่าดีมานำเสนอถึงที่แล้ว ก็ต้องแนะนำ
สินค้าเพื่อประโยชน์ของลูกค้า และขายให้ในสถานการณ์ที่ “ไม่อาจปฏิเสธได้”
และนี่ก็เป็นการกิจของพนักงานขายด้วย

๕ “ขายให้” – พนักงานขายควรเป็น “นกนำโชค” ให้ลูกค้า

ผมจะอธิบายอย่างละเอียดว่าการ “ขายให้” เป็นอย่างไร

ไม่ว่าของแบบไหนก็ตาม ล้วนแต่มีข้อดีและข้อเสียด้วยกันทั้งนั้น

ตัวอย่างเช่น สินค้าที่ผมเป็นตัวแทนจำหน่ายในช่วงแรกเริ่มของการเป็น
พนักงานขายนั้น คือเครื่องกันขโมยที่ติดตามประตูบ้านเรือนทั่วไป พุดง่าย ๆ ก็คือ
เป็นสินค้าห่วย ๆ แม้จะไม่ถึงขนาดเป็นสินค้าประเภทย้อมแมวขาย แต่ข้อเสีย
ของมันคือพังง่าย แต่ผมไม่ได้คิดว่าการขายสินค้าตัวนี้เป็นเรื่องเลวร้ายอะไร

ถึงจะเป็นกริ่งกันขโมยห่วย ๆ แต่การมีมันก็ย่อมปลอดภัยกว่าการไม่มีเป็นแน่

ถ้าผมไม่ขาย พรุ่งนี้บ้านหลังนี้อาจโดนขโมยขึ้นก็เป็นได้ ถ้าผมไม่ขาย
อาจมีพนักงานขายที่ไม่ใช่คนดีเอากริ่งกันขโมยที่ห่วยยิ่งกว่านี้มาขายในราคาสูง
เกินกว่าที่กฎหมายกำหนดก็เป็นได้ ผมไม่ยอมให้เกิดเรื่องแบบนี้กับลูกค้า ดังนั้น
ผมจึง “ขายให้” เพื่ออีกฝ่าย

สมัยนั้น เวลาที่ผมจะเข้าหาลูกค้า ผมมักบอกกับตัวเองว่า

“เราจะไม่โกหก เราจะขายสิ่งที่ดีที่สุดให้แก่ลูกค้า เราเป็นนกนำโชค เป็น
พระเจ้าแห่งความสุข การซื้อของจากเราทำให้ลูกค้ามีความสุขที่สุด ถ้าเรา
ไม่ขายให้ อาจมีพนักงานขายที่ไม่ใช่คนดีจากบริษัทอื่นเอาของไม่ดีมาขาย
ในราคาสูงอย่างไม่เป็นธรรมก็ได้ การกลับไปโดยไม่ขายจะเป็นบาป”

หรืออาจจะพูดได้ว่า พนักงานขายนั้นไม่ได้เพียงแคขายของอย่างเดียวเท่านั้น
สิ่งที่ขายไม่ใช่สินค้า แต่สิ่งที่ขายคือประโยชน์ที่จะเกิดแก่ลูกค้า ความ
สะดวก ความสบาย ความฝัน และความสุขสำหรับลูกค้าต่างหากละครับ

ดังนั้น ผมจึงไม่เคยทำตัวเหมือนต้องไปถ่อมตัวเกินควรในการขายแม้แต่
ครั้งเดียว ไม่เคยพูดว่า “ช่วยซื้อหน่อยนะครับ” หลังขายของได้ ผมก็ไม่พูดว่า

“ขอบคุณ” แต่คนที่พูด “ขอบคุณ” คือลูกค้า เพราะผมเป็นคนเอาของดีไป “ขายให้” เพราะผมเป็นคน “ให้” ความสุขนั่นเอง

เพราะฉะนั้น ผมจึงไม่รู้สึกละอายไม่ว่าลูกค้าจะพูดอะไรมา

จะปฏิเสธก็ไม่มีอะไร ถึงจะบอกว่า “ตอนนี้ไม่ว่าง” ผมก็จะบอกกลับไปที่นั่นที่ว่า “ฉันผมก็จะไม่เสียเวลาเหมือนกันครับ”

ก็ผมไม่ได้มาเพื่อขอให้เขา “ช่วยซื้อ” แต่มาเพื่อเอาสินค้าที่ดีสำหรับลูกค้า มา “ขายให้” ผมมาเพื่อมาบอกว่า ถ้าใช้สินค้านี้แล้วเขาจะได้รับประโยชน์ อย่างนี้ๆ ผมมาเพื่อนำความสุขมาให้ ไม่ได้มีอะไรเคลือบแฝง จึงสามารถ ยืนหยัดได้อย่างภาคภูมิใจ

การขายอย่างเกร็งๆ ด้วยความรู้สึกไม่ปลอดภัยที่ต้องลุ้นว่าเขาจะยอมซื้อ หรือไม่นั้น ต่างจากการขายโดยคิดว่าทำเพื่อลูกค้า

คุณพอเข้าใจความต่างของฟ้ากับดินไหมครับ

การขอให้ลูกค้า “ช่วยซื้อ” ถ้าให้ผมพูดแล้ว ผมว่ามันไม่เรียกว่า การขายหรอก แต่เป็นแค่การเร่ขายไปเรื่อยอย่างไร้วิธีการเท่านั้นเอง

ก็การขอให้คนอื่น “ช่วยซื้อ” นี่มันเพื่อใครกันล่ะครับ เพื่อตัวเองถูกไหม แต่การขายนั้น คุณต้องไม่ขายของเพื่อตัวเอง

แต่ต้อง “ขายให้” เพื่อลูกค้า

ถ้าขอให้ “ช่วยซื้อ” ละก็ ลูกค้าจะเป็นฝ่ายถือไฟเหนือกว่าโดยปริยาย ในขณะที่พนักงานขายจะต้องกลายเป็นเบี้ยล่างยอมก้มหัวให้เขาแทน แม้จะไม่ยอมก้มหัวขอร้อง แต่ก็มีบางคราวที่ต้องทำแบบนั้นไปใหม่ล่ะครับ

แต่ถ้า “ขายให้” ละจะเป็นยังไง

ฝ่ายที่ถือไฟเหนือกว่าก็ยอมต้องเป็นเรา จะเสนออะไรก็ทำด้วยความมั่นใจ กลายเป็นว่าลูกค้าจะรู้สึกขอบคุณที่เราช่วยขายให้เสียด้วยซ้ำไป

ความแตกต่างของการ “ขายให้” กับการขอให้ “ช่วยซื้อ” นั้น ดูจากตาราง อาจจะเข้าใจง่ายขึ้น

คุณรู้สึกอย่างไรในใจเลยสำหรับคุณ คนส่วนใหญ่ดูเหมือนจะอยู่ในข่ายที่ขอให้เขา “ช่วยซื้อ” กันมากกว่า

ความแตกต่างของการ “ขายให้” กับการขอให้ “ช่วยซื้อ”

ขายให้	ช่วยซื้อ
- เพื่ออีกฝ่าย - ลงมือทำ - ถือไฟเหนือกว่าอีกฝ่าย - ใจแกร่ง - เป็นฝ่ายรุก - มั่นใจ - เป็นตัวของตัวเอง	- เพื่อตัวเอง - เชื้อยซา - อีกฝ่ายถือไฟเหนือกว่า - ใจอ่อนแอ - เป็นฝ่ายรับ - ยอมคน - ขึ้นอยู่กับอีกฝ่าย

๕ เทคนิคการชักจูง – สอดยอการขายเป็นอย่างดี

ข้อสุดท้ายคือ “เทคนิคการชักจูง” นั้นเป็นอย่างไร

ถ้าถามว่าทำไมถึงขายไม่ได้เลยนั้น ก็เป็นเพราะไม่สามารถ “ชักจูง” ลูกค้าได้นั่นเอง

อย่างเช่น แมนชั้นที่เหลื่อห้องที่ยังขายไม่ออก ผมก็สามารถขายได้ในทันที แต่สาเหตุที่พนักงานขายส่วนใหญ่ขายไม่ได้นั้น เป็นเพราะตัวเองแค่อธิบายเกี่ยวกับห้อง แค่ว่าชม แถมประโยชน์สุดท้ายที่พูดคือ “สนใจไหมครับ” เพื่อถามลูกค้าว่าสนใจจะซื้อหรือไม่ ซึ่งเป็นคำพูดที่โง่เขลาที่สุด

แค่ฟังคำอธิบาย แคเห็นห้อง แล้วลูกค้าจะไปรู้อะไร **พนักงานต้องเป็น** **ที่ฟังให้ลูกค้าที่ทำการจะปฏิเสธ หรือกำลังตัดสินใจไม่ถูก แล้วชี้แนะให้ไปสู่** **การทำสัญญาซื้อ** แต่ทุกคนกลับ “ชักจูง” กันไม่เป็น เพราะไปยึดติดกับคำพูดปฏิเสธของลูกค้าที่บอกว่าแค่มาดูเฉยๆ หรือว่าไม่มีเงิน แล้วก็สรุปเอาเองว่านั่นเป็นสาเหตุทำให้ปิดการขายไม่ได้ แต่อันที่จริงตัวเองเป็นคนสร้างข้ออ้างเพื่อยอมแพ้เอง

สำหรับผม ไม่ว่าลูกค้าจะพูดอะไรก็ตาม ผมไม่ถือทำที่ปฏิเสธนั้น เป็นจริงเป็นจัง ไม่สนใจแล้วก็คุยไปเรื่อย หรือได้กลับมาปฏิเสธเป็นบางครั้ง จนกว่าจะปิดการขายได้นั้นแหละครับ รู้สึกตัวอีกทีก็ตอนที่อีกฝ่ายตัดสินใจทำ สัญญาซื้อเรียบร้อยแล้ว การชักนำอีกฝ่ายมาถึงจุดนี้ได้แหละคือการ “ชักจูง”

สุดยอดของการขายนั้นอยู่ที่การ “ชักจูง” ตั้งแต่เริ่มเข้าหาจนกระทั่ง ปิดการขาย!

ถ้าไม่สามารถชักจูงไปจนถึงการทำสัญญาอันเป็นขั้นตอนสุดท้ายได้แล้วละก็ คุณก็เป็นได้แค่คนเร่ขายของ

สุดยอดการขายนั้นจึงอยู่ที่เทคนิคการชักจูงใจอีกฝ่ายให้ได้ดังใจนั่นเอง

๕ ไม่จำเป็นต้องทำให้ลูกค้ายอมรับ

จนถึงจุดนี้ ผมได้กล่าวไปแล้วว่าการขายคืออะไร

สำหรับเทคนิคในการขายนั้น ผมจะอธิบายอย่างละเอียดในบทต่อไป ในที่นี้ ผมขอกล่าวถึง “หลุมพราง” ที่พนักงานขายมักพลาดตกลงไปเสียก่อน

พนักงานขายที่ขายไม่ได้นั้น หลายคนใช้วิธี “ทำให้ลูกค้ายอมรับ” กัน คือ ทำให้ลูกค้าเปิดใจยอมรับต่อสินค้านั้นๆ เสียก่อนแล้วจึงช่วยซื้อไป ดังนั้นจึงได้ถามลูกค้าว่า “สนใจไหมครับ”

จุดนี้แหละคือข้อผิดพลาดอย่างใหญ่หลวง

เพราะอะไรหรือ ก็เพราะลูกค้าไม่มีทางเชื่อถือคำพูดของพนักงานขายจากใจจริงอยู่แล้วนะสิครับ

คนเรานั้น ไม่ว่าใครต่างก็เชื่อเฉพาะในสิ่งที่ตนเองได้เคยสัมผัสจาก ประสบการณ์ตรงทั้งนั้น

ถ้าไม่เคยใช้ ต่อให้ได้รับคำแนะนำว่า “สินค้านี้ดีจริงๆนะ” ก็ไม่สามารถ ยอมรับได้จากใจจริง ดังนั้นจึงห้ามพนักงานตั้งคำถามว่า “สนใจไหมครับ” เด็ดขาด ต่อให้ถามไป ลูกค้าที่ไม่เคยใช้สินค้านั้นมาก่อนก็ไม่รู้อยู่ดี เพราะไม่รู้จึงตอบว่า “ไม่สนใจ”

กระนั้นก็ตาม พนักงานขายมีอาชีพก็ต้องขายให้เพื่อลูกค้า ถ้าอย่างนั้น

เราควรจะทำอย่างไรบ้างล่ะ

แทนที่จะทำให้ลูกค้ายอมรับ เราต้องทำให้ลูกค้าเกิด “ความอยากซื้อ” ครั้นส่วนวิธีการที่ดีที่สุดที่จะทำให้ลูกค้าเกิดความอยากซื้อ ก็คือการทำให้ลูกค้า “รู้สึกขึ้นมาเอง” ถึงข้อดีจากการซื้อสินค้านั้นๆ

๕ ตั้งคำถามเพื่อให้อีกฝ่าย “รู้สึกขึ้นมาเอง”

ตัวผมเองไม่เคยกดดันต่อให้ลูกค้าซื้อเลยสักครั้งเดียว และไม่มีวันพูดด้วยว่า “สนใจไหมครับ” “สินค้านี้ดีนะครับ” คนที่จะเกิดความรู้สึกขึ้นมาว่า “นี่ดีแฮะ” และตัดสินใจซื้อ คือตัวลูกค้าเอง

ถ้าอย่างนั้น เราควรทำอย่างไรให้อีกฝ่าย “รู้สึกขึ้นมาเอง” ได้

นั่นก็คือ การ “ตั้งคำถาม” ครับ

เราลองเอาเรื่องการขายแมนชั่นมาเป็นตัวอย่างก็แล้วกัน ผมจะถามว่า

“ขอประทานโทษนะครับ ไม่ทราบว่าคุณเช่าบ้านตอนไหนประมาณเท่าไรครับ”

ถ้าถามอย่างนี้ ต่อให้เป็นลูกค้าที่นิ่งเงียบขนาดไหนก็ต้องตอบ พอเขาตอบแล้ว เราก็ถามอีก

“ไม่ทราบว่าจ่ายค่าเช่าบ้านมากี่ปีแล้วครับ”

“โอ้โฮ ถ้าคำนวณคร่าวๆ ก็เท่ากับว่าจ่ายมาราวๆ 2 ล้านบาท^๖ แล้วนะครับ เนี่ย มาคิดดูแล้ว รู้สึกว่าเสียตายนะครับ”

“ขอประทานโทษนะครับ ถ้าหากว่าเราจ่ายเงินแปดหมื่นบาท^๗ เท่าๆ กัน การจ่ายค่าเช่าบ้านซึ่งเป็นการจ่ายแบบเสียเปล่า กับการจ่ายเงินกู้เพื่อให้ได้มีบ้านของตัวเอง ถ้าถามว่าอย่างไหนดีกว่า คิดว่าแบบไหนให้ความรู้สึกที่ดีกว่ากันครับ”

ถ้าถามแบบนี้ ลูกค้าก็จะคิด จะคำนวณ และเริ่มคิดถึงข้อเสียของการจ่ายค่าเช่าบ้านไปเรื่อยๆ อย่างเสียเปล่าขึ้นมา ต่อให้ผมไม่พูดว่า “การจ่ายค่าเช่าบ้านเป็นการจ่ายที่เสียเปล่า” ลูกค้าก็รู้สึกขึ้นมาได้เอง

^๖ ประมาณ 617,000 บาท

^๗ ประมาณ 24,700 บาท

พอรู้สึกขึ้นมาแล้ว ก็ขายได้ทันที เพราะลูกค้ารู้สึกว่าตัวเองเป็นคนตัดสินใจซื้อบ้านเอง จึงทำสัญญาด้วยความรู้สึกที่ดี

๕ หากเข้าใจทฤษฎีการขาย ก็ไม่จำเป็นต้องใส่ใจเรื่องประสบการณ์

ที่ผมอธิบายมาถึงตอนนี้ คุณพอจะเข้าใจว่างานขายเป็นงานที่ลึกซึ้งและมีเสน่ห์ขึ้นมาบ้างไหมครับ

ผมคิดว่า “ไม่มีงานไหนที่น่าสนใจเท่างานขาย” และในความเป็นจริงก็ไม่มีงานไหนที่ง่ายเท่ากับงานขายอีกแล้วเช่นกัน

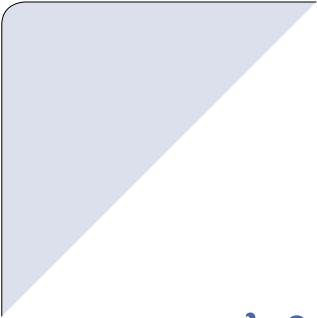
งานขายเป็นเหมือนมายากล กว่าที่ลูกค้าของมั้นเราจะรู้สึกว่าเป็นเรื่องลึกลับสุดคาดเดา แต่ถ้ารู้กลแล้วละก็ ไม่มีอะไรที่ง่ายและชัดเจนไปกว่านี้อีกแล้ว

งานที่ต้องใช้ร่างกายอย่างเช่นการขับรถหรือเล่นกีฬานั้น ประสบการณ์เป็นสิ่งจำเป็น มีประสบการณ์สองปีย่อมเก่งกว่ามีประสบการณ์ปีเดียว มีประสบการณ์สิบปีย่อมเก่งกว่ามีประสบการณ์ห้าปี ยิ่งทำก็ยิ่งเชี่ยวชาญ

แต่นั่นต่างจากการขาย ในธุรกิจการขายนั้น ประสบการณ์ไม่มีความจำเป็นใดๆเลย จะว่าไปแล้วประสบการณ์เป็นตัวขัดขวางเสียด้วยซ้ำ

หากเข้าใจทฤษฎีการขาย โลกของคุณจะเปลี่ยนไป อย่างเร็วก็ในวันเดียว อย่างช้าคือภายในหนึ่งเดือน

ในบทต่อไปเป็นภาคทฤษฎี ผมจะทำให้คุณเห็นว่า ถ้ารู้หลักของมั้นแล้วละก็ การขายจะกลายเป็นงานที่ง่ายดายเพียงใด



หากเข้าใจทฤษฎีการขาย
โลกของคุณจะเปลี่ยนไป
อย่างรวดเร็วในวันเดียว
อย่างช้าคือภายในหนึ่งเดือน

