

สุดยอดนักขายเชิงรุก Super Proactive Sales



โดย อาจารย์ สุกิจ ตรียุทธวัฒนา

หลักการและเหตุผล

จะเน้นในเนื้อหาสำหรับนักขายให้รู้ถึงสภาพตลาดของกลุ่มเป้าหมาย สามารถทำการวิเคราะห์ตลาดได้อย่างมีคุณภาพ และสร้างความสมบูรณ์แบบในความเป็นนักขาย ที่เป็นหัวข้อสำคัญที่นำไปประยุกต์ใช้สำหรับการขายให้เป็นลักษณะในรูปแบบเชิงรุกมากขึ้นในการเข้าหาลูกค้ามากกว่าการรอลูกค้า และ เชิงรุกในแง่ที่จะต้องวิเคราะห์พิจารณาปัจจัยหลัก 4 C ซึ่งเป็นการขายแบบบุกตลาด โดยการเจาะลึกปัจจัยดังกล่าวให้มีความเข้าใจ รู้ลึก รู้แบบเชี่ยวชาญที่สามารถนำไปปรับใช้ในงานขายในตัวบุคคลในลักษณะการทำยอดขาย ในความสุดยอดนักขายแบบมืออาชีพ

วัตถุประสงค์

- 1) มีความรู้ ความเข้าใจและสร้างมาตรฐานความสมบูรณ์แบบในความเป็นนักขาย
- 2) สร้างทัศนคติที่ดีในงานขายในความเป็นสุดยอดนักขายเชิงรุก
- 3) เรียนรู้เทคนิค และกระบวนการต่างๆ ในการสร้างความเป็นสุดยอดนักขาย
- 4) สามารถบรรลุเป้าหมาย และสร้างยอดขายได้อย่างรวดเร็ว

หัวข้อการอบรม

เจาะลึกการขายแบบบุกตลาด (4 C)

C 1 : Company ----> องค์กร (Marketing Mix) - (4P)

- Product --> ผลิตภัณฑ์ , ยอดขายและอัตราการเติบโต , วงจรผลิตภัณฑ์ , ภาพลักษณ์ของแบรนด์ , คุณลักษณะ , คุณประโยชน์ และจุดขาย
- Price --> ราคาเทียบตลาดเป็นอย่างไร เหมาะสมหรือไม่ สูงหรือต่ำเกินไป
- Place --> สะดวกกับลูกค้าหรือไม่ ครอบคลุมช่องทางที่สามารถจัดจำหน่ายหรือไม่
- Promotion --> ได้ทำอะไรไปบ้าง และผลลัพธ์เป็นอย่างไร

C 2 : Competitor --> คู่แข่ง

- การระบุคู่แข่งทั้งทางตรง และทางอ้อม
- การวิเคราะห์ส่วนแบ่งทางการตลาด (Market Share)
- การวิเคราะห์จุดยืนของผลิตภัณฑ์ (Product Positioning)
- การวิเคราะห์ข้อได้เปรียบ (Product Advantage)

C 3 : Customer --> ลูกค้า

- ขนาดของตลาด (Market Size) --> ปริมาณเงินที่ผู้บริโภคใช้ไปในตลาดนั้นๆในแต่ละปี
- อัตราการเติบโตของตลาด (Market Growth) --> ปริมาณเงินที่ผู้บริโภคใช้มากขึ้นโดยเทียบปี
- วิเคราะห์ลูกค้า (First or Later)--> จัดลำดับลูกค้าในการไปก่อนและหลัง
- วิเคราะห์ความต้องการของลูกค้า (Needs and Want) --> ตั้งคำถามเชิงลึก
- บทบาทในการซื้อของลูกค้า (Consumer Buying Roles)--> เช็ควิธีการซื้อของลูกค้า

C 4 : Capability --> ศักยภาพของนักขาย

- แนวคิดและทัศนคติในงานขาย
- การบริหารการขาย (Sales Management)
- เทคนิคการวางแผนการขาย (Sales Objective -->Sales Planning)
- การรู้จักตนเอง
- บุคลิกภาพ การวางตัว (มาดนักขาย)
- การบริการ และการติดตามการซื้อซ้ำ

วิธีการและรูปแบบการฝึกอบรม

- 1) บรรยาย แบบสื่อสาร 2-3 ทาง
- 2) การอภิปรายร่วม และกิจกรรมกลุ่มแบบระดมความคิดตลอดการฝึกอบรม
- 3) Workshop - กรณีศึกษา แบบตัวอย่างจริงจากงานขาย
- 4) สรุป และถาม-ตอบ เพื่อทดสอบความเข้าใจ