



หลักสูตร

เทคนิคการปิดการขาย

ขั้นสูง



ดร.วุฒิชัย ภาสขุภานนท์

[Nov. 19]
1



ดร.วุฒิชัย ภาสขุภานนท์

เกียรติคุณ

- โค้ชมืออาชีพ [Professional Coach Certification Program : PCCT]
- มาตรฐานหลักสูตรที่ได้รับการรับรองจากสหพันธ์โค้ชนานาชาติ (ICF)
- ผู้พิชิตเงินรางวัล 1 ล้านบาท ลำดับที่ 2 จากรายการ “อัจฉริยะข้ามคืน” ของ ม.จ.เวิร์คพอยท์
- รองแชมป์โต้วาทีอุดมศึกษาภคร ครั้งที่ 2 จากรายการ “ทีวีวาทิ” ทางช่อง 9 อ.ส.ม.ท

081-1741175

wuttichp@gmail.com

Wuttichai Phasukhanon Akee



ประวัติการศึกษา

- ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต (วิชาการจัดการ) มหาวิทยาลัยศิลปากร
- วารสารศาสตรมหาบัณฑิต (นโยบายการวางแผนการสื่อสาร) มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- นิเทศศาสตรบัณฑิต (การโฆษณาและประชาสัมพันธ์) มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ความเชี่ยวชาญ

- High Performance Coaching : Communication
- Team Intelligence Coaching
- กระบวนการเรียนรู้แบบ Activity Based Learning
- Train The Trainer
- Powerful Presentation [การนำเสนอที่ทรงพลัง]
- Smart Negotiation [การเจรจาต่อรองให้เหนือชั้น]
- การสร้างค่านิยมองค์กร (Core Value)
- The Art of Service Mind
- Positive Thinking
- เทคนิคการขายเพื่อสร้างยอดขาย



อาจารย์พิเศษ สถาบันอุดมศึกษา

- อาจารย์พิเศษ บรรยายเนื้อหา การขาย การบริการ การสื่อสาร ความเป็นผู้นำ ให้กับหลายสถาบัน เช่น ม.เกษตรศาสตร์, ม.ศิลปากร, ม.ราชภัฏนครราชสีมา ฯลฯ

ประสบการณ์บรรยายและให้คำปรึกษา

- บริษัท ปตท. กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)
- บริษัท ปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน)
- โรงพยาบาลรามารินทร์ (การสร้างความงาม)
- บริษัท การท่าอากาศยานไทย จำกัด(มหาชน)
- บริษัท พุกกะา เรือลอสเตด จำกัด (มหาชน)
- บริษัท LPN Development จำกัด (มหาชน)
- บริษัท ออราเคิล คอร์ปอเรชั่น(ประเทศไทย) จำกัด
- ธนาคารแห่งประเทศไทย
- เป็นต้น

Objective 1

เรียนรู้แนวคิดเรื่องการขาย - การปิดการขาย

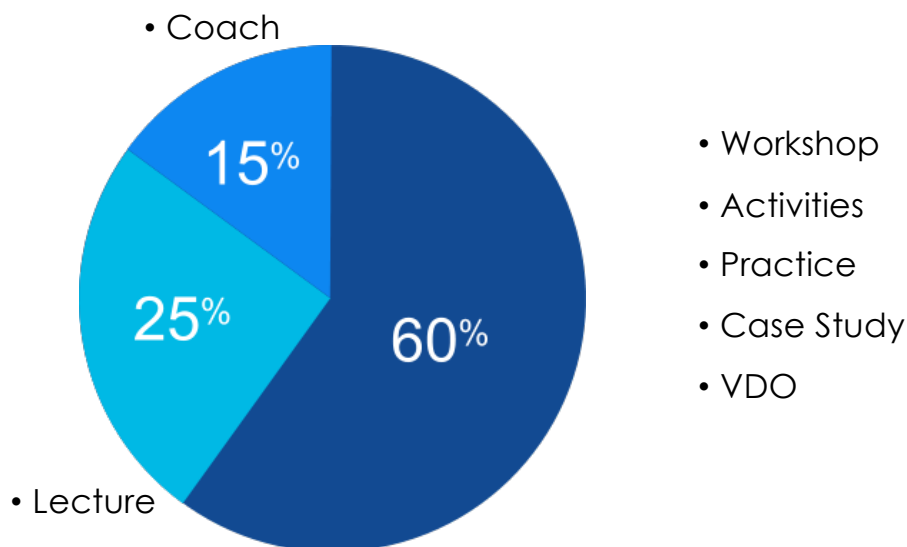
2

เข้าใจทักษะ และการใช้เครื่องมือ
เพื่อปิดการขาย

3

สามารถนำไปใช้ได้จริง
ในการทำงาน

Learning Model



>>Participatory Active Learning

Content

Session

1

แนวคิดเรื่อง
การขาย – การปิดการขาย
[Concept]

- การตลาดในศตวรรษที่ 21
- มุมมองเรื่องการขาย
- Sale vs Marketing

Session

2

การเตรียมความพร้อม
เพื่อเข้าสู่การขาย
[Prepare]

- อุปสรรคของการขาย
[Fixed & Growth Mindset]
- Inner & Outer Drive
- การเปิดใจลูกค้า
ก่อนการขายสินค้า

Session

3

ทักษะพนักงานขาย
และแก้ปัญหา
เพื่อปิดการขาย
[Skills]

- เทคนิคนำเสนอสินค้าราคาสูง
- ข้อคำถามที่มักพบในการขาย

Session

4

เครื่องมือและการใช้
เทคนิคปิดการขาย
[Closed]

- หลักสำคัญของการปิดการขาย
- 8 เทคนิคปิดการขาย

By CoachAkee

แนวคิดเรื่อง



การขาย

การปิดการขาย



Concept

การตลาด

ในศตวรรษที่ 21

สู่การปิดการขายอย่างเหนือชั้น

7



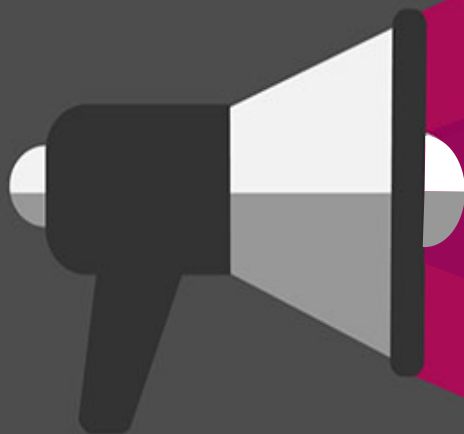
8

Disruption คือ



VS

DISRUPTION



การขยาย VS การตลาด

การตลาด คือ

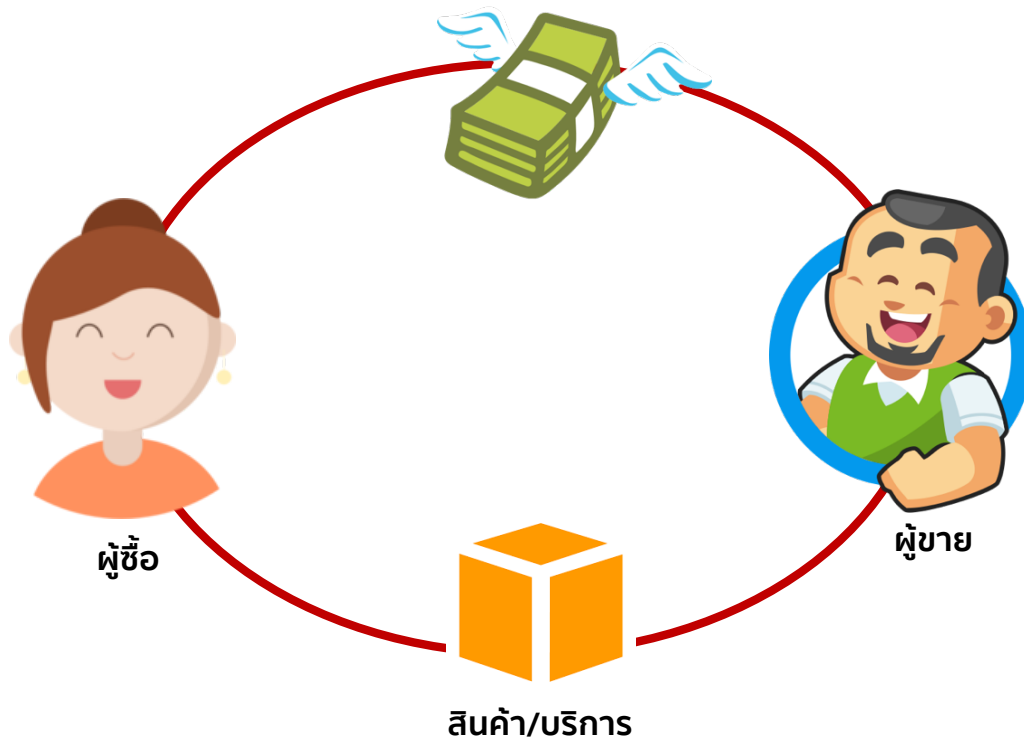
การทำกิจกรรมกับตลาด เพื่อเกิดการแลกเปลี่ยน โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อสนองความต้องการ และความจำเป็นของมนุษย์ ทำให้เกิดความพึงพอใจ



Philip Kotler, Ph.D
Kellogg School of Management
Northwestern University

องค์ประกอบของตลาด

(กระบวนการแลกเปลี่ยน)



สิ่งที่ต้องรู้เกี่ยวกับการตลาด

การตลาด 5 ขั้นตอน



หาสินค้า/บริการ



ออกแบบสินค้า/บริการ



เล่าเรื่องราว



กระจายเรื่องราว



ปรากฏตัวให้เห็น

13

“ การขาย คือ การทำให้ลูกค้าพึงพอใจ
ในสินค้า บริการ จนตัดสินใจซื้อ ”

14

การเตรียม ความพร้อม

เพื่อเข้าสู่การปิดการขาย
Prepare

15

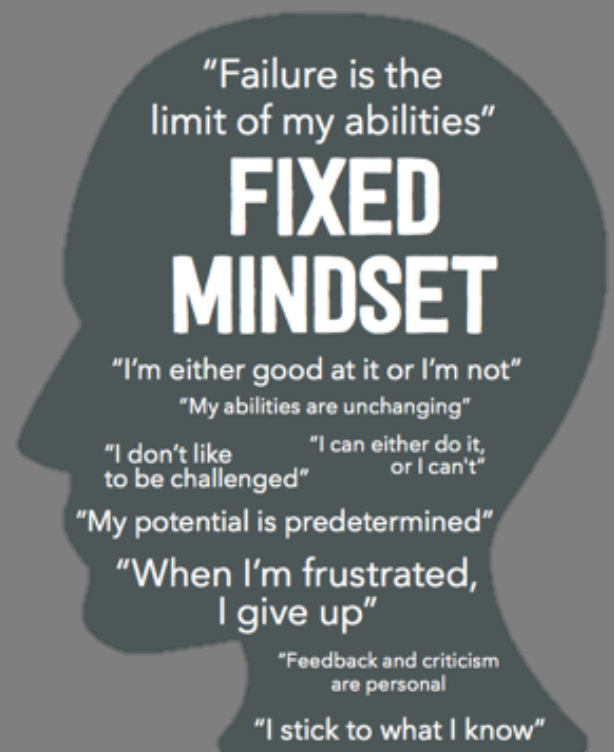
เทคนิคการปิดการขายขั้นสูง

Fixed Mindset

ทัศนคติที่ยึดติด

การตีกรอบตัวเอง เราทำได้เท่านั้น
เราไปไม่ไกลจากนี้ เป็นขีดจำกัดที่
สร้างขึ้นเอง

By CoachAkee



16

"Failure is an opportunity to grow"

GROWTH MINDSET

"I can learn to do anything I want"

"Challenges help me to grow"

"My effort and attitude determine my abilities"

"Feedback is constructive"

"I am inspired by the success of others"

"I like to try new things"

Growth Mindset

กรอบความคิดแบบเติบโต

เปิดกว้างที่จะเรียนรู้ เชื่อว่าความฉลาดและความสามารถสร้างได้ด้วยการเรียนรู้

By CoachAkee





Fixed & Growth Mindset

ทัศนคติมุมมองด้านลบและด้านบวก เกี่ยวกับนักขาย

19

Fixed & Growth
Mindset

F นักขายต้องพูดเก่ง เข้าสังคมเก่ง

G นักขายต้องเริ่มจากความน่าเชื่อถือ นักฟังที่ดี

F โดนปฏิเสธ คุณคือนักขายที่แย่

G นักขายต้องเริ่มจากความน่าเชื่อถือ นักฟังที่ดี

F นักขายต้องหน้าเงิน เอาแต่ขาย โลก

G การตั้งเป้าหมายด้วยเงิน หากไม่โลก ไม่ผิดกฎหมาย ตั้งบนพื้นฐานความจริง ไม่ใช่สิ่งผิด

F นักขายก็ได้อยู่แล้ว อย่าเป็นเลยผู้จัดการ

G มองเป็นโอกาส ความก้าวหน้า ฝึกฝน

F

G

20



ทำไมต้องคิดบวก?
“คิดบวก ชีวิตบวก”

21

เทคนิคการปิดการขายขั้นสูง

Milton Model



Milton Erickson

1 หาคำพูดติดปากแฉลบ
เช่น ผมอ้วน, ผมแก่เกินไป

2 เปลี่ยนเป็นบวก ด้วยอารมณ์ขัน
เช่น ผมสมบูรณ์, ผมผ่านประสบการณ์เยอะ

แรงผลักดันเพื่อปิดการขาย

Inner & Outer

DRIVE

23

การเปิดใจลูกค้า

ก่อนการขาย

สินค้าและบริการ

24

ความรู้พื้นฐานและการวิเคราะห์
ข้อมูลที่จำเป็นก่อนการขาย
สินค้าและบริการ



25

ความประทับใจเมื่อแรกพบ (Impact of Personality)

คำพูด
(Words)

น้ำเสียง
(Voice Tonality)

ภาษากาย
(Body Language)

Pro. Albert Mehrabian UCLA

26

บุคลิกภาพ [Personality]

“เอกลักษณ์หรือพฤติกรรมเฉพาะตัว
ของบุคคลใดบุคคลหนึ่ง ซึ่งทำให้
บุคคลนั้น แตกต่างจากบุคคลอื่น”



27

บุคลิกภาพสำคัญ

“

- มีอิทธิพลต่อความรู้สึกและอารมณ์ของผู้ที่พบเห็น
- ส่งผลต่อการยอมรับนับถือ การให้ความร่วมมือ การสนับสนุน และความไว้วางใจจากผู้อื่น

”



28

บุคลิกภาพของนักขายมืออาชีพ

Uniform



- แต่งกายด้วยเครื่องแบบพนักงาน (Full Uniform) ที่สะอาด รีดเรียบ สภาพเรียบร้อย ถูกต้องตามแบบกำหนด
- สวมรองเท้าหุ้มส้นสีสุภาพ (สีดำ, สีน้ำตาลเข้ม)

บุคลิกภาพของนักขายมืออาชีพ

การยิ้ม



ยิ้มจริงใจ และสบตา

บุคลิกภาพของนักขายมืออาชีพ

การไหว้



ไหว้แบบจริงใจและสุภาพ



บุคลิกภาพของนักขายมืออาชีพ

การทักทาย- กล่าวลา



“

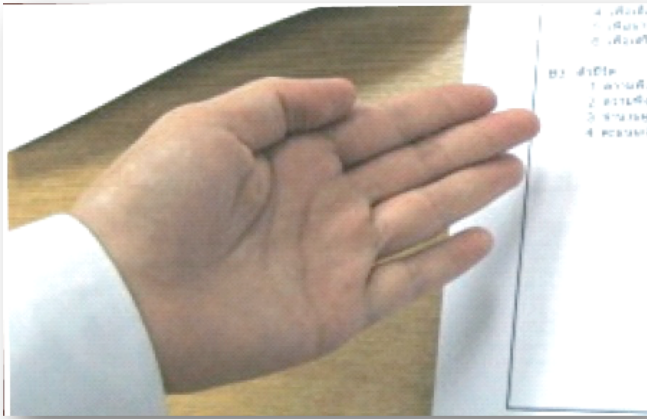
“สวัสดีค่ะ/ครับ”

“ขอบคุณค่ะ”

”

บุคลิกภาพของนักขายมืออาชีพ

การชี้จุดบอกทิศทาง/นำเสนอสินค้า



การพಾಯมือ



ทักษะพนักงานขาย
และ
การแก้ปัญหา

เพื่อปิดการขาย

Skills

การนำเสนอ

สินค้า

ราคาสูง

35

การขายเชิงกลยุทธ์ [Strategic Selling]

การขายที่มีเป้าหมาย 2 ด้านในเวลาเดียวกัน

1 เป้าหมายคือ ยอดขาย

การสร้างความสัมพันธ์
กับลูกค้า 2

[ความไว้วางใจ]

36

การขายเชิงกลยุทธ์
[Strategic Selling]

การขายที่มีเป้าหมาย 2 ด้านในเวลาเดียวกัน

หัวใจสำคัญ
คือ
MAN

37



การเล่าเรื่อง
[Story Telling]

38

การเล่าเรื่อง [Story Telling]



รับรู้เรื่องราว

- เข้าใจสินค้ามากขึ้น
- อยากมีประสบการณ์



การเล่าเรื่อง [Story Telling]

1 เปิดเรื่อง

สรุปเรื่อง 2

3 เกริ่นถึงประเด็นที่ต้องการ

สนับสนุนประเด็น 4

“

What & How

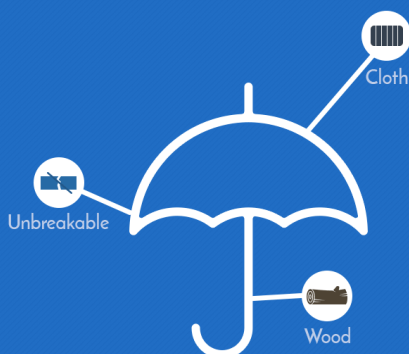
”



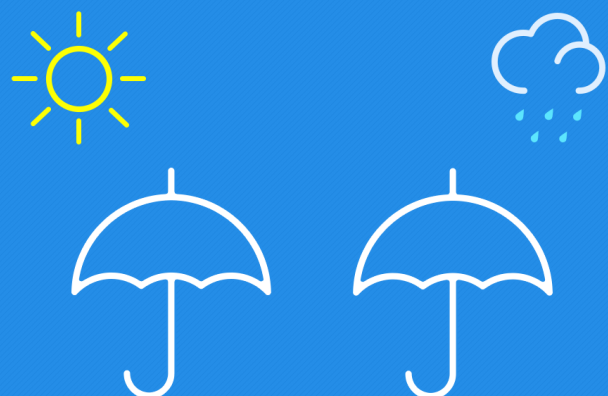
แนวคิดสำคัญ

Feature vs Benefit

FEATURES



BENEFITS



How



สร้างความได้เปรียบ vs สร้างความแตกต่าง



Listening

“

ทักษะของ

การฟัง

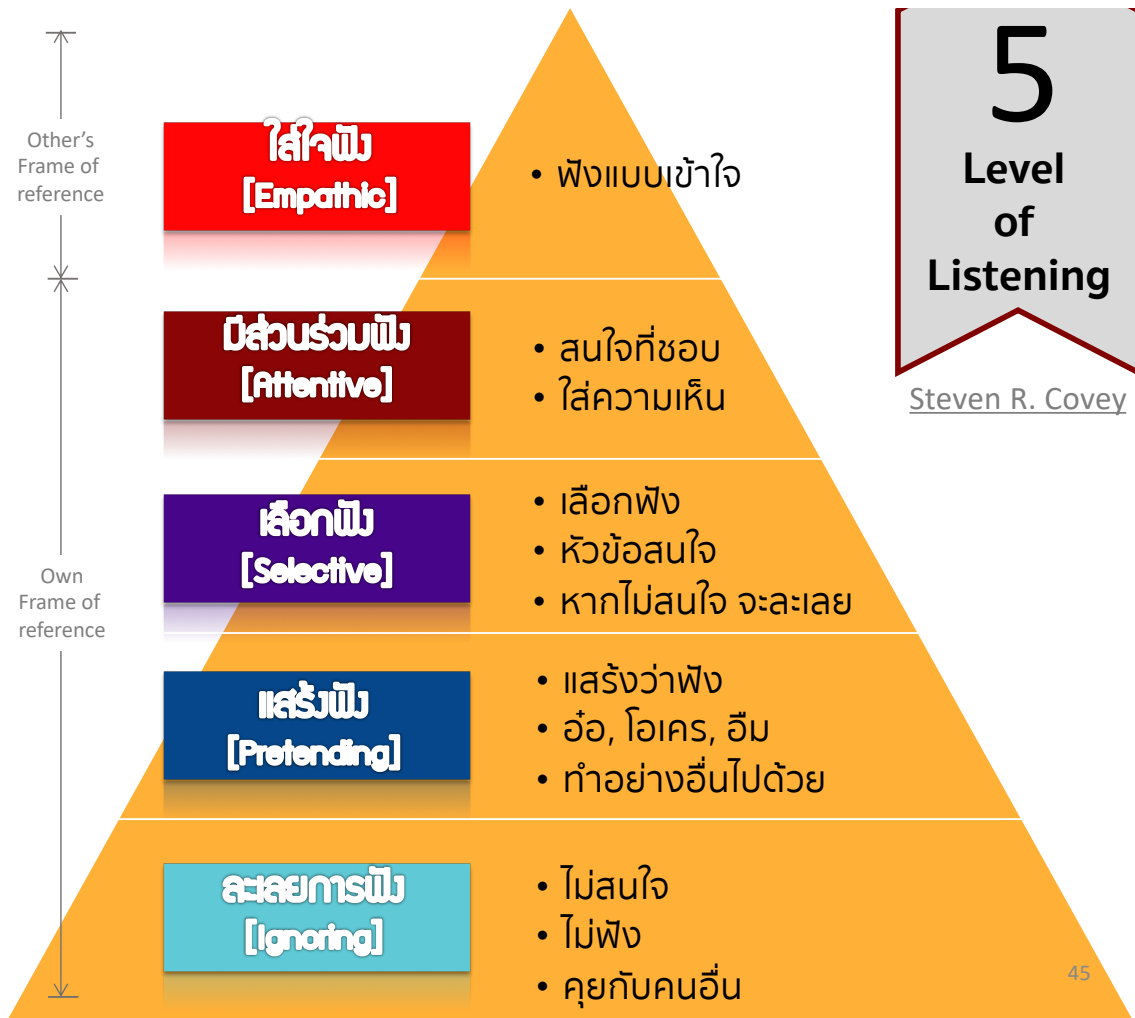
”



Listening

Other's
Frame of
reference

Own
Frame of
reference



5
Level
of
Listening

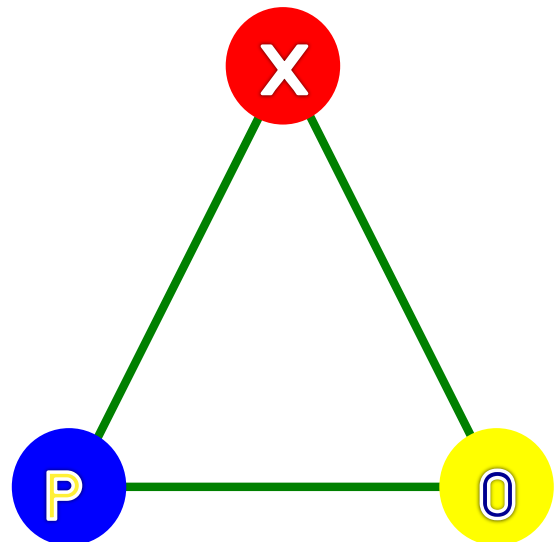
Steven R. Covey

45

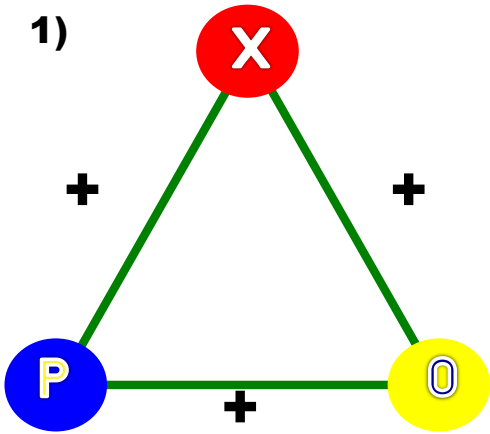
การสร้างความสัมพันธ์ ให้เกิดความสมดุล



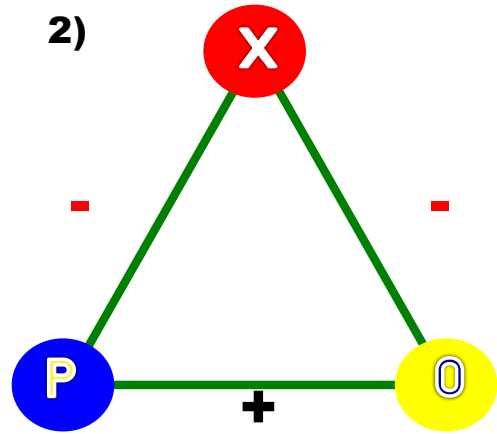
Fritz Heider



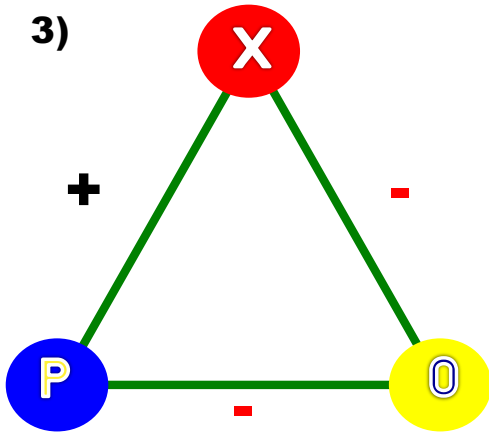
1)



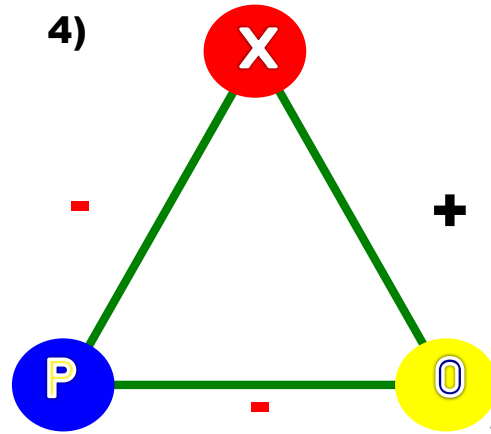
2)



3)



4)



47

“

ทักษะของ
เจรจาต่อรอง

”

48



Negotiation

(การเจรจาต่อรอง)

Negotiatus - การดำเนินธุรกิจ (ในภาษาละติน)

Negocious - ธุรกิจ (ภาษาสเปนสมัยใหม่)

กระบวนการที่บุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป

ดำเนินการแลกเปลี่ยนข้อเสนอ

ในเรื่องที่ต่างฝ่ายมีผลประโยชน์ได้-เสีย

แล้วต่างฝ่ายต่างพยายามพ้องปรนพร้อมใจ

ข้อเรียกร้องระหว่างกัน

(การสื่อสารเพื่อ**ชักจูงใจ**)



Negotiation



- เดินบนทางหลวง เราโบกรถ เพื่อขออาศัยเดินทาง
- ลูกค้าเข้ามาหาเราที่สำนักงานขาย
- หัวหน้าเจรจากับลูกน้อง

KEY:

เราสามารถให้คุณ - ให้โทษได้

BATNA :
Best Alternative to
Negotiate

01

02

ZOPA :
Zone of possible
agreement

การแลกเปลี่ยนตัวแปร
ต่างมิติ

03

04

ทฤษฎีการ
เจรจาต่อรอง

51

BATNA :
Best Alternative to
Negotiate

01

- ทางเลือกอื่นที่ดีที่สุดหากไม่มีข้อตกลง
- "ถ้าไม่ทำข้อตกลงนี้ เราจะทำอะไร"
- เป็นตัวชี้วัดว่าข้อตกลงนี้สมเหตุผลหรือไม่ หรือเราควรปฏิเสธ
- ทำให้ผู้เจรจามีทางเลือกที่จะไม่ตกลงในการเจรจาต่อรอง และมีอำนาจในต่อรองสูงกว่าฝ่ายคู่เจรจา

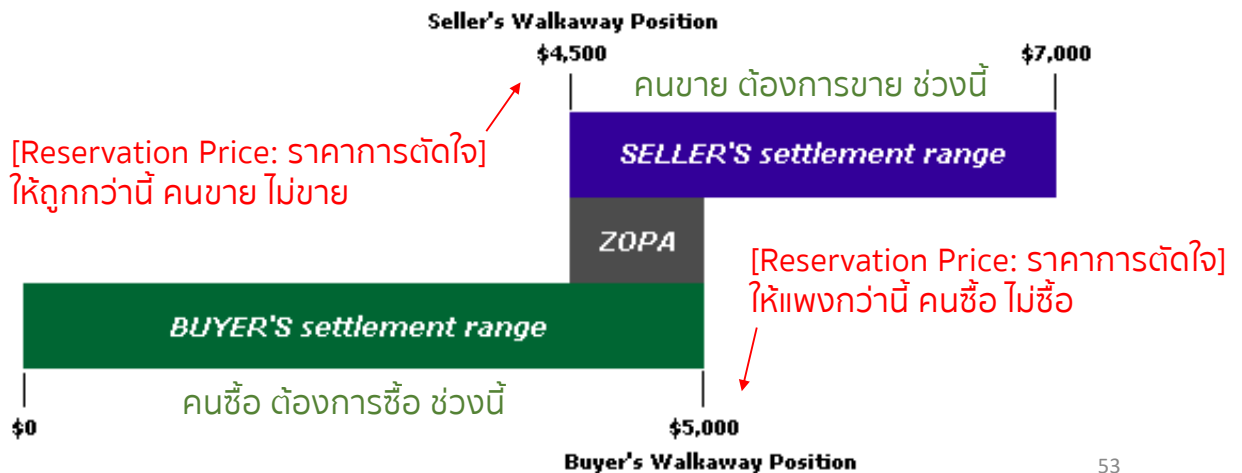
(ใครมีอำนาจมากกว่า ฝ่ายนั้นได้เปรียบ)

52

02

ZOPA :
Zone of possible
agreement

- โซนที่ทั้งสองฝ่ายสามารถทำข้อตกลงที่ทั้งคู่พอใจได้



53

การแลกเปลี่ยนตัวแปร
ต่างมิติ

03

[Exchange Factor]

- มองว่าการเจรจาต่อรอง ไม่ได้มีเพียงปัจจัยการต่อรองเพียงปัจจัยเดียว ขึ้นอยู่กับเงื่อนไข และความต้องการของคู่เจรจา โดยสามารถเป็นได้ ทั้งปัจจัยที่จับต้องได้ (Tangible Factors) และปัจจัยที่จับต้องไม่ได้ (Intangible Factors) ขึ้นอยู่กับเป้าหมายการเจรจาของแต่ละฝ่าย

• ตัวอย่าง ปัจจัยในการเจรจาต่อรอง

- | | |
|-------------|------------------------|
| • ราคา | • ระยะทาง |
| • ปริมาณ | • คุณภาพ |
| • เวลา | • ชื่อเสียง |
| • การบริการ | • ความสัมพันธ์ |
| • ระยะทาง | • ความไว้วางใจและอื่นๆ |

54

ทฤษฎีเกม (Game Theory)

55



ทฤษฎีในการเจรจาต่อรอง ทฤษฎีเกม (Game Theory)

- ทฤษฎีเกม ถูกนำมาใช้อย่างกว้างขวางและมีประสิทธิภาพที่จะทำให้คู่เจรจาต่อรองเป็นไปตามเงื่อนไขและข้อตกลงที่เราได้กำหนดไว้
- ตั้งอยู่บนสมมุติฐานคือ คู่เจรจานั้นมีความรู้ความสามารถและข้อมูลเท่าเทียมกัน
- จำแนกได้ 3 ลักษณะ:

เกมศูนย์ (Zero Sum Game)

เกมลบ (Negative Sum Game)

เกมบวก (Positive Sum Game)

56



ทฤษฎีในการเจรจาต่อรอง ทฤษฎีเกม (Game Theory)

- 1) เกมศูนย์ (Zero Sum Game) การเจรจาที่มีผู้ได้กับผู้เสีย (Win- Lose)
จุดจบจะมีผู้ชนะกับผู้แพ้ มีได้กับมีเสีย คล้ายกับการพนัน ที่ไม่ก่อให้เกิด
การเพิ่มพูนของทุนจากผู้เล่นทั้งสองฝั่ง ถ้าไรจากการเล่นก็มาจากผู้เสีย
ในวงไฟนั่นเอง

มีคนได้ - มีคนเสีย



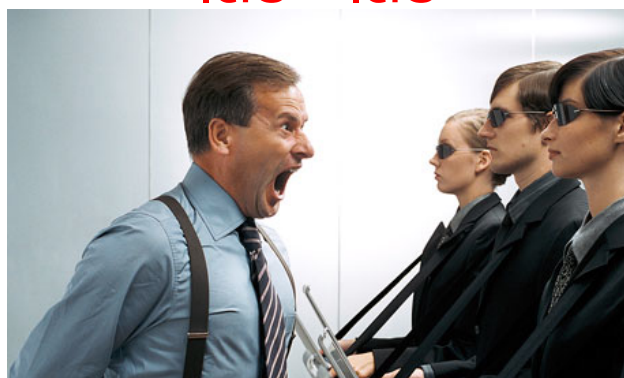
57



ทฤษฎีในการเจรจาต่อรอง ทฤษฎีเกม (Game Theory)

- 2) เกมลบ (Negative Sum Game) คู่เจรจาเสียผลประโยชน์ทั้ง 2 ฝ่าย
[Lose-Lose Position] การเจรจาแบบนี้หาข้อยุติได้ยาก
เพราะส่งผลแก่ลบกับทุกๆฝ่าย

เสีย - เสีย



58

เครื่องมือและการใช้



เทคนิค

ปิดการขาย



Closed

61

หลักการสำคัญ



การปิดการขาย

62



หลักสำคัญของ การปิดการขาย

1. การปิดการขายแบบ ธรรมชาติ (A Natural Close)
2. การปิดการขายแบบ บังคับ (High Pressure Close)*
3. การปิดการขาย โดยสังเกตสัญญาณซื้อ (Buying Signal Closing)
4. ทดลองปิดการขาย (Trial Close)
5. เลือกเทคนิคปิดการขายที่เหมาะสม (Techniques for Closing the Sales)
6. ชมเชยยกย่องผู้มุ่งหวัง (Complement)

63

การขายแบบไม่กดดันผู้ซื้อ
(Low-Pressure Close)

Edward C. Bursk

“ตอบข้อคำถามเหล่านี้”

1 ลูกค้าจำเป็นต้องมี / ต้องการอะไร?

สินค้าเราตรงตามความจำเป็น/ความต้องการนั้น? 2

3 เราทำอย่างไรให้ลูกค้าเห็นความสัมพันธ์ของ 1 และ 2

64

8 เทคนิค



ปิดการขาย

65

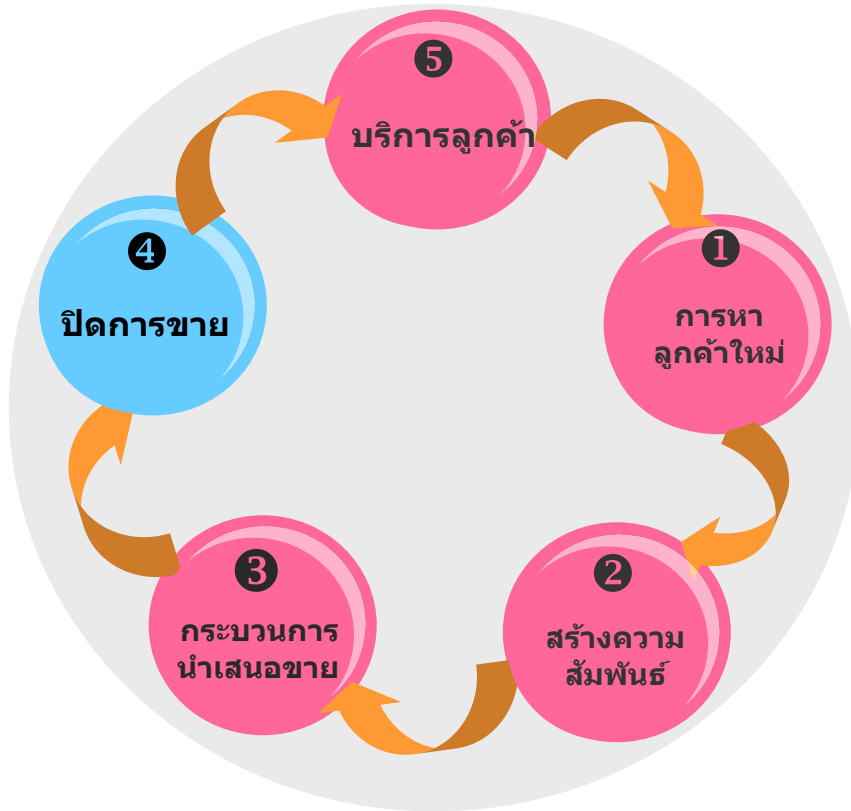
ปิดการขาย



เป็นการได้มาซึ่งคำว่า
ตกลงใช้สินค้า/บริการ จากลูกค้า
แต่ไม่ว่าลูกค้าจะตกลงหรือไม่
พนักงานมีหน้าที่รักษาความสัมพันธ์ที่ดีไว้



กระบวนการขาย



67



8 เทคนิค ปิดการขาย

1. การปิดการขายแบบตัดโอกาสเลือกให้แคบลง (Narrowing the Option Close)



ชอบสินค้าแต่ลังเลและขาดความเชื่อมั่น



ตัวอย่าง :

- บ้านหลังนี้ที่คุณลูกค้าเข้าไปชม มีขนาดพื้นที่กำลังพอดีกับครอบครัวที่มีเด็ก และผู้ใหญ่ มีห้องว่างที่ชั้น 1 ด้วยแบบนี้น่าจะเหมาะกับคุณลูกค้ากว่าแบบอื่นคะ
- #รับเครื่องดื่ม? หรือ รับน้ำอะไรดีระหว่างโค้ก กับ น้ำผลไม้ปั่น?



8 เทคนิค ปิดการขาย

2. การปิดการขายด้วยสิ่งจูงใจพิเศษ (Premium Close)



มนุษย์เรามีสัญชาตญาณในการรับมากกว่าการให้



ตัวอย่าง :

- ส่วนลด สิทธิพิเศษ
ของแถม โปรโมชั่น



8 เทคนิค ปิดการขาย

3. การปิดการขายแบบของดีมีน้อย (Standing Room Only Close)



- เหตุผลดีๆ ลुकค้าต้องรีบตัดสินใจซื้อ/เป็นเจ้าของ
- ควรใช้กับสถานการณ์ที่เป็นจริง เพราะถ้าใช้บ่อย จะขาดความน่าเชื่อถือ



ตัวอย่าง :

- เหลือเพียง 3 หลังสุดท้ายเท่านั้น
- (แน่ใจว่าเป็นรุ่นหรือแบบที่ผู้มุ่งหวังต้องการ)



8 เทคนิค ปิดการขาย

4. การปิดการขายด้วยการโยนกลับ (Rebound Close)



ดูว่าลูกค้าสนใจสินค้าของเรา เหมาะกับลูกค้าบางประเภท เช่น ไม่ชอบให้ยืดเยียด, ละเอียดย, ตัดสินใจยาก



ตัวอย่าง :

- คุณสมบัติดีแบบนี้ ประโยชน์สูงขนาดนี้ คุณพี่ลองพิจารณาดูก่อน แล้วค่อยตัดสินใจอีกครั้งก็ได้ครับ



8 เทคนิค ปิดการขาย

5. การปิดการขายแบบตอบรับต่อเนื่อง (Continued Affirmation Close)



ป้อนคำถามแบบบวก ให้ผู้มุ่งหวังตอบ จนที่สุดคำตอบจะผูกมัด จนไม่อาจปฏิเสธ (คำถามเชิงสะสมความเห็น แต่หากลูกค้าตอบ No ให้ถาม Why ?)



ตัวอย่าง :

- “ถ้าชอบบ้านที่ขนาดพื้นที่เหมาะกับครอบครัวคุณพี่ ใกล้โรงเรียนของน้อง เดินทางไม่ไกลจากออฟฟิศ อยู่ในงบประมาณ แลก็มีส่วนลดและผ่อนได้ระยะยาว บ้านหลังนี้เหมาะกับคุณลูกค้าที่สุดละคะ”



8 เทคนิค ปิดการขาย

6. การปิดการขายด้วยการเปรียบเทียบ (Contrasting Advantage & Disadvantage)



- เปรียบเทียบในมุมมองคุณภาพ , ราคา
- นำเสนอเป็นตารางเปรียบเทียบกับที่อื่น



- ไม่ระบุชื่อคู่แข่ง
- ไม่ Overclaim



8 เทคนิค ปิดการขาย

7. การปิดการขาย แบบทิ้งสมอเรือ (Anchoring Close)



- พุดถึง F&B ของสินค้า ที่ตรงกับความต้องการของลูกค้า
- อาจใช้ร่วมกับ เทคนิคเรื่องเวลาหรือจำนวน



RED-HOT 1 - 31 พ.ค. 62
ลดราคา สินค้าพิเศษ SUPER SALE เครื่องใช้ไฟฟ้า

AJ
53900424
พอร์เทเบิลแอร์ AJ AC-003
3in1 (30l)

ปกติ 12,000.-
5,900.-

บางกอก *ร่วมรายการสาขาบางกอก



8 เทคนิค ปิดการขาย

8. การปิดการขาย แบบแบ่งพวก (Good Guy / Bad Guy Close)



- ผู้จัดการเป็น Bad Guy ในสายตาลูกค้า
- พนักงานขาย ต้องพยายามเป็นฝ่ายเดียวกับลูกค้า



8 เทคนิค ปิดการขาย

1. การปิดการขายแบบตัดโอกาสเลือกให้แคบลง
(Narrowing the Option Close)
2. การปิดการขายด้วยสิ่งจูงใจพิเศษ
(Premium Close)
3. การปิดการขายแบบของดีมีน้อย
(Standing Room Only Close)
4. การปิดการขายด้วยการโยนกลับ
(Rebound Close)
5. การปิดการขายแบบตอบรับต่อเนื่อง
(Continued Affirmation Close)
6. การปิดการขายด้วยการเปรียบเทียบ
(Contrasting Advantage & Disadvantage)
7. การปิดการขาย ด้วยการทอดสมอเรือ
(Anchoring Close)
8. การปิดการขาย แบ่งพวก
(Good Guy / Bad Guy Close)



Thank You



ดร.วุดนิชัย พาสุขานนท์



wuttichp@gmail.com



Wuttichai Phasukanon Akee

