

## “ยกระดับการขาย... สู่อการขายแบบเป็นที่ปรึกษา (Consultative Selling)” กลยุทธ์เพิ่มคุณค่าเจ้าหน้าที่การตลาดหลักทรัพย์....แห่งยุคการแข่งขันเสรี (1)

นุชนาถ คุณความดี  
ฝ่ายพัฒนาความรู้ผู้ประกอบการวิชาชีพหลักทรัพย์  
ศูนย์ส่งเสริมการพัฒนาความรู้ตลาดทุน (TSI)  
สถาบันกองทุนเพื่อพัฒนาตลาดทุน  
ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย



**สไตล์การขายแบบที่ปรึกษา คำตอบสุดท้ายของเจ้าหน้าที่การตลาด เมื่อธุรกิจหลักทรัพย์กำลังจะก้าวเข้าสู่ยุคการแข่งขันแบบเสรี อีกครั้ง**

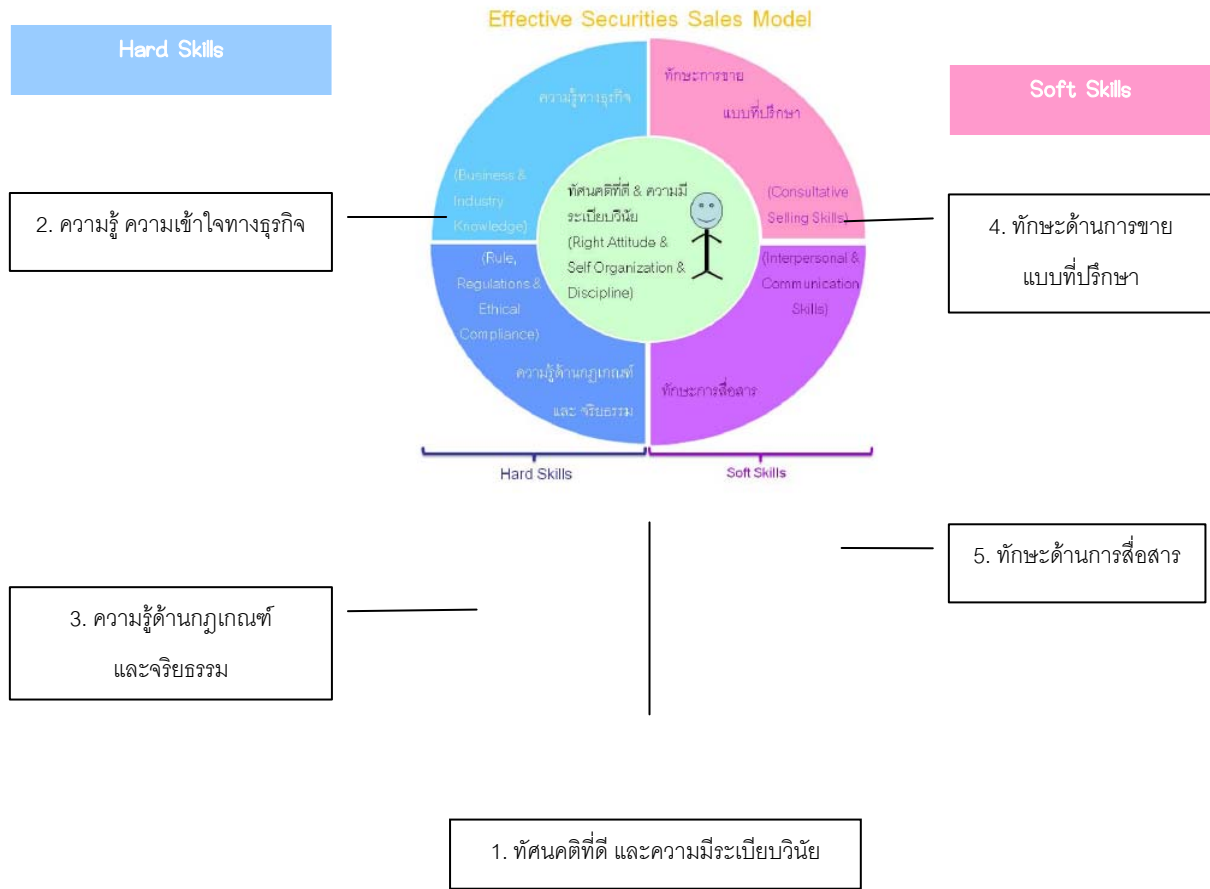
ปี 2553 นี้ เป็นปีที่ธุรกิจหลักทรัพย์เริ่มต้นก้าวเข้าสู่สนามการแข่งขันแบบเสรี ในเวลากว่า 7 เดือนที่ผ่านมา จะเห็นได้ว่าธุรกิจหลักทรัพย์ได้มีการปรับตัว และมีการเตรียมความพร้อมกันมากกว่าในปี 2543 ที่เคยมีการเปิดเสรีแล้ว แต่ไม่ประสบความสำเร็จ

สำหรับการเปิดเสรีเต็มรูปแบบในอีก 2 ปีข้างหน้า (ปี 2555) คำถามที่มักจะพบบกนบ่อยๆ คือ “**ธุรกิจหลักทรัพย์ และบุคลากรที่เกี่ยวข้องพร้อมแล้วหรือยัง**” ซึ่งไม่ว่าคำตอบจะออกมาในรูปแบบใด เจ้าหน้าที่การตลาดหลักทรัพย์ ผู้ซึ่งเป็นด่านหน้าที่สำคัญในธุรกิจหลักทรัพย์ ปัจจุบันมีกว่า 5,000 คน ย่อมได้รับผลกระทบ อย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้แน่นอน ดังนั้น การปรับตัว เพิ่มคุณค่า และสร้างจุดขายให้กับตนเอง จึงเป็นสิ่งจำเป็น และเร่งด่วนที่เจ้าหน้าที่การตลาดทุกคน ไม่ว่าจะ เป็นเจ้าหน้าที่การตลาดรุ่นใหม่ หรือรุ่นเก่าต้องทำ เพื่อตอบสนองต่อความคาดหวังทางด้านการบริการที่สูงขึ้น ของลูกค้า

### เพิ่มคุณค่าให้วิชาชีพ..ด้วยการเพิ่มทักษะด้าน Soft Skills

วิชาชีพเจ้าหน้าที่การตลาดหลักทรัพย์ นับว่าเป็นอาชีพนักขาย ที่ค่อนข้างมีความพิเศษ และแตกต่างจากการขายแบบอื่นๆ กล่าวคือ เจ้าหน้าที่การตลาดนอกจากจะต้องขายสินค้าทางการเงินที่มีความหลากหลาย และซับซ้อนแล้ว ยังต้องขายไอเดียทางการลงทุน ที่เหมาะสมตามระดับความเสี่ยงที่ลูกค้ายอมรับได้ โดยรูปแบบของการเป็นเจ้าหน้าที่การตลาดที่มีประสิทธิภาพ และจะประสบความสำเร็จได้นั้นประกอบไปด้วย 5 ส่วนด้วยกันคือ

1. ความรู้ ความเข้าใจทางธุรกิจ
2. ความรู้ด้านกฎเกณฑ์และจริยธรรม
3. ทักษะด้านการขายแบบที่ปรึกษา
4. ทักษะด้านการสื่อสาร
5. ทักษะที่ดี และความมีระเบียบวินัย



ที่มา : เนื้อหาหลักสูตร Consultative Selling Skills; TSI & Orchid Slingshot; 2010

จากภาพด้านบน แสดงถึงรูปแบบการเป็นเจ้าหน้าที่การตลาดหลักทรัพย์ที่มีประสิทธิภาพ (Effective Securities Sales Model) จะเห็นว่าส่วนประกอบเริ่มที่วงกลมตรงกลาง ซึ่งเป็นองค์ประกอบเบื้องต้นที่เจ้าหน้าที่การตลาดทุกคนควรมี คือ เรื่องทัศนคติที่ดีต่อวิชาชีพ ความพากเพียร และความใส่ใจในการพัฒนาตนเองอยู่ตลอดเวลา สำหรับด้านซ้ายเป็นเรื่อง Hard Skills ซึ่งก็คือ ความรู้และความเข้าใจที่เกี่ยวข้องกับงาน และสินค้า ซึ่งเปรียบเทียบได้ว่าเป็น “เนื้อหา” ส่วนทางด้านขวาเป็นเรื่อง Soft Skills คือ ความรู้และทักษะความชำนาญ ที่ไม่เกี่ยวข้องโดยตรงกับงาน แต่เป็นสิ่งที่ช่วยสนับสนุนให้การทำงานดีขึ้น ซึ่งในงานขายเปรียบเทียบได้ว่าเป็น “ลีลา”

ในบทความนี้ เราจะพูดถึงความสำคัญของส่วน Soft Skills เป็นสำคัญ เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว และผลิตภัณฑ์ที่มีความซับซ้อนมากขึ้นในธุรกิจตลาดทุน การมีความรู้ในเชิงทฤษฎีหรือการให้บริการแบบเดิมๆ อาจจะไม่เพียงพออีกต่อไป ดังนั้น การเพิ่ม Soft Skills หรือลีลาทางการขายเข้าไป จะช่วยส่งเสริมให้เจ้าหน้าที่การตลาดหลักทรัพย์สามารถเพิ่มมูลค่าให้กับตนเอง โดยการให้บริการลูกค้าได้อย่างดีเลิศ ลูกค้าเกิดความเชื่อใจ และมั่นใจจนตัดสินใจซื้อสินค้า (หุ้น และผลิตภัณฑ์ทางการเงินอื่นๆ) มากขึ้น เกิดผลประโยชน์ต่อธุรกิจ ซึ่งเป็น

สิ่งที่ผู้บริหารบริษัทหลักทรัพย์ เห็นควรสนับสนุนให้องค์ความรู้ด้านนี้เผยแพร่อย่างกว้างขวาง เพื่อช่วยยกระดับมาตรฐานการให้บริการ และเพิ่มคุณค่าในอาชีพให้เจ้าหน้าที่การตลาด มีความมั่นใจสามารถรับมือกับสถานการณ์หลากหลายได้ดีขึ้น

ผลจากการสัมภาษณ์ผู้เกี่ยวข้อง และจัดทำ Focus Group เจ้าหน้าที่การตลาด มีความเห็นว่าทักษะด้าน Soft Skills ที่จำเป็นสำหรับวิชาชีพนี้ ประกอบไปด้วยทักษะ 2 ส่วนคือ

1. ทักษะการขายแบบที่ปรึกษา (Consultative Selling Skills)
2. ทักษะการสื่อสาร (Communication & Interpersonal Skills)

### ทำไมต้องขายแบบที่ปรึกษา (Consultative Selling)

การขายแบบเดิมๆ คือ การแนะนำ และเสนอขายหุ้นให้กับลูกค้าเพียงด้านเดียว ซึ่งการขายแบบนี้เรียกว่า Product Oriented ซึ่งเป็นการขายที่ไม่เพียงพออีกต่อไป สำหรับลูกค้าที่มีการศึกษาสูงขึ้น สามารถที่จะเข้าถึงแหล่งข้อมูลข่าวสารด้วยตนเองได้มากขึ้น และที่สำคัญคือมีทางเลือกในการเลือกใช้บริการได้หลากหลายช่องทางมากขึ้น เมื่อเปรียบเทียบกับสมัยก่อน

ดังนั้น การจะเป็นเจ้าหน้าที่การตลาดแบบมืออาชีพจะต้องมีเทคนิคในการขายที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น ด้วยรูปแบบการขายที่ค้นหาความต้องการที่แท้จริงของลูกค้า (Customer Oriented) สามารถให้คำแนะนำ และทางเลือกในการลงทุนที่เหมาะสมกับลูกค้าโดยพิจารณาจากเป้าหมายทางการลงทุน และความเสี่ยงที่ลูกค้ายอมรับได้ รวมถึงการให้ข้อมูลสินค้า นำเสนอช่องทางการลงทุน ผลตอบแทนทางการเงินที่มีอยู่อย่างหลากหลายประเภท และการให้บริการที่เน้นการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าในระยะยาว

โดยประโยชน์ของการขายแบบที่ปรึกษานี้ เจ้าหน้าที่การตลาดจะสามารถแก้ปัญหา หรือตอบโจทย์ความต้องการที่แท้จริงของลูกค้าได้ตรงจุด อันจะเป็นการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า ทำให้ลูกค้าเกิดความมั่นใจที่จะลงทุนกับเจ้าหน้าที่การตลาดไปอย่างต่อเนื่อง รวมถึงการแนะนำผู้อื่นให้มาลงทุนต่อ ซึ่งลูกค้าที่ได้รับการแนะนำมา (Member get member) ถือได้ว่าเป็นลูกค้าที่ work ที่สุดในการทำงานเป็นเจ้าหน้าที่การตลาด

ทั้งนี้ การจะก้าวไปเป็นเจ้าหน้าที่การตลาดแบบที่ปรึกษาได้นั้น ยังมีขั้นตอน วิธีการ และเทคนิคต่างๆ ที่น่าสนใจอีกมากมาย ซึ่งฉบับหน้าทุกท่านจะได้พบกับ 8 ขั้นตอนการขายแบบที่ปรึกษา และวิธีการสื่อสารแบบตรงใจ ตรงสไตล์ของลูกค้าต่อไป

\*\*\*\*\*

ติดตามบทความเกี่ยวกับการเงินและการลงทุนที่น่าสนใจอื่นๆ ได้ที่ [www.tsi-thailand.org](http://www.tsi-thailand.org)