

“ยกระดับการขาย... สู่อการขายแบบเป็นที่ปรึกษา (Consultative Selling)” กลยุทธ์เพิ่มคุณค่าเจ้าหน้าที่การตลาดหลักทรัพย์....แห่งยุคการแข่งขันเสรี (2)

นุชนาถ คุณความดี
ฝ่ายพัฒนาความรู้ผู้ประกอบการวิชาชีพหลักทรัพย์
ศูนย์ส่งเสริมการพัฒนาความรู้ตลาดทุน (TSI)
สถาบันกองทุนเพื่อพัฒนาตลาดทุน
ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย



ต่อเนื่องจากบทความฉบับที่แล้ว ที่พูดถึงเรื่องความสำคัญและประโยชน์ของการขายแบบเป็นที่ปรึกษาสำหรับเจ้าหน้าที่การตลาดหลักทรัพย์ มาถึงบทความฉบับนี้ จะขอแนะนำเรื่องกระบวนการการขายแบบเป็นที่ปรึกษามาเชื่อว่าไม่ว่าใครบ้าง และเจ้าหน้าที่การตลาดจะนำกระบวนการเหล่านี้ ไปใช้ เพื่อยกระดับคุณภาพการให้บริการของตัวเองแบบมืออาชีพได้อย่างไร

ยกระดับการขาย... สู่อการขายแบบเป็นที่ปรึกษา (Consultative Selling)

Consultative ก็คือ การเป็นเพื่อนหรือเป็นคนที่ได้รับความไว้วางใจในการเป็นผู้ให้คำปรึกษา และการให้ข้อเสนอแนะ คำแนะนำ เพื่อช่วยแก้ไขปัญหาหรือเพื่อช่วยหาทางออกให้ ดังนั้น **Consultative Selling** คือ กระบวนการขายที่เจ้าหน้าที่การตลาด จะต้องเป็นเสมือนเพื่อนคู่คิด เป็นที่ปรึกษาที่เข้าใจและสามารถวิเคราะห์ความต้องการ รวมทั้ง เสนอทางเลือก แนวทางที่จะช่วยแก้ปัญหา หรือตอบใจത്യลูกค้าได้ตรงจุด โดยหลักการพื้นฐานของกระบวนการขายแบบเป็นที่ปรึกษานั้น ต้องเริ่มต้นจากการได้รับการยอมรับ และได้รับความไว้วางใจ (Trust) จากลูกค้าเสียก่อน

การจะสร้าง Trust ให้เกิดขึ้นในใจลูกค้ามัน ไม่ใช่เรื่องยากเลย สูตรง่ายๆ ในการสร้าง Trust คือการใช้ 4C ได้แก่

- **Credibility (ความน่าเชื่อถือ)** โดยเฉพาะการรักษาสัญญาหรือคำพูดที่ได้ให้กับลูกค้า รวมถึงการมีบุคลิกภาพที่ดี เหมาะสม ก็จะเป็นการสร้างความน่าเชื่อถือ หรือการสร้างความประทับใจให้กับลูกค้า ข้อนี้เน้นว่ามีความสำคัญมากในการเริ่มสร้าง Trust กับลูกค้า เพราะถ้าหากเจ้าหน้าที่การตลาดไม่สามารถผ่านข้อนี้ได้ การที่คุณจะไปเป็นเพื่อน หรือเป็นที่ปรึกษาให้กับลูกค้าก็ย่อมไม่เกิด เนื่องจากลูกค้าไม่เปิดใจ และเห็นว่าคุณเป็นคนที่ไม่น่าเชื่อถือพอ ในการจะเป็น ผู้ดูแลพอร์ตการลงทุนของเค้า
- **Communication (การสื่อสาร)** ที่ถูกต้อง ครบถ้วน และชัดเจน โดยการให้ข้อมูลที่ตรงไปตรงมาผ่านการศึกษาและตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูลมาเป็นอย่างดี
- **Care (การดูแลเอาใจใส่)** เจ้าหน้าที่การตลาดที่ดี จะแสดงออกถึงเรื่องนี้ได้อย่างชัดเจนจากการดูแล และบริการลูกค้าด้วยหัวใจบริการ (Service Mind) ซึ่งเป็นการดูแลลูกค้าที่เกิดมาจากความต้องการภายในใจ (เอาใจใส่) ไม่ใช่ดูแลแค่ เพราะเป็นหน้าที่ที่ต้องทำเท่านั้น

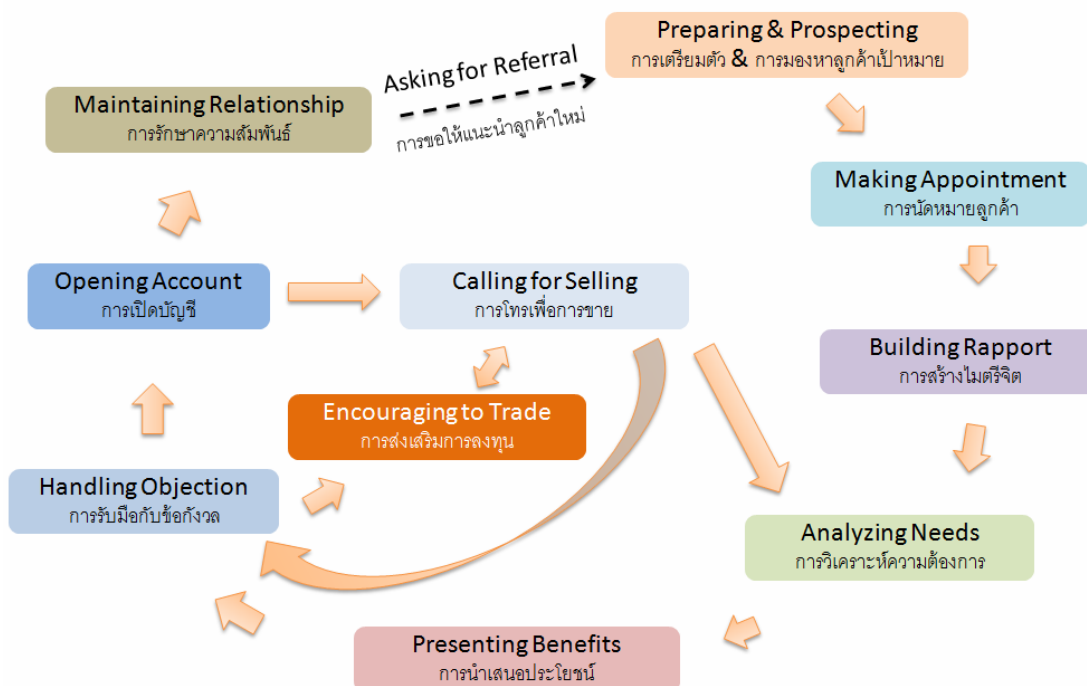
- **Consistency (ความเสมอต้นเสมอปลายหรือความสม่ำเสมอ)** ถ้าคุณทำทั้ง 3 ข้อข้างต้นได้ แต่ไม่มีความสม่ำเสมอ ความไว้วางใจก็จะไม่เกิดขึ้นง่ายๆ เพราะการสร้าง Trust ต้องใช้เวลาในการสร้างและสั่งสมขึ้นมา รวมถึงเมื่อสร้าง Trust ในใจลูกค้าได้แล้ว ก็ต้องรักษาให้คงอยู่อย่างต่อเนื่องด้วยความดี มีจริยธรรม เพราะหากเมื่อใดที่ Trust ถูกทำลายลงไป แม้เราจะพยายามสร้างขึ้นมาใหม่ มันก็อาจจะไม่ดีเหมือนเก่า ซึ่งก็เหมือนกับแก้วที่แตกไปแล้ว ไม่ว่าจะซ่อมหรือประกอบขึ้นมาใหม่ก็คงไม่สามารถทำให้ได้ดี และแข็งแรงเหมือนของเดิม

เมื่อปัจจัยพื้นฐานในการเริ่มต้นพร้อมแล้ว ก็เข้ามาสู่กระบวนการขายแบบที่ปรึกษา ซึ่งมีทั้งหมด 8 ขั้นตอน ได้แก่

1. การเตรียมตัว และมองหาลูกค้าเป้าหมาย
2. การนัดหมายลูกค้า
3. การสร้างไม่ตรีจิต
4. การวิเคราะห์ความต้องการ
5. การนำเสนอประโยชน์
6. การรับมือกับข้อกังวล
7. เทคนิคการปิดการขาย (การเปิดบัญชี)
8. การรักษาความสัมพันธ์ (ให้มีการซื้อขายต่อเนื่อง และแนะนำลูกค้าใหม่)

ดังรูป

กระบวนการขายแบบที่ปรึกษา



ขั้นตอนที่ 1 และ 2 เป็นการเริ่มต้นกระบวนการขายที่เหมือนกับการขายทั่วไป แต่ขั้นตอนที่ 3 – 8 เป็นขั้นตอนที่ทำให้เจ้าหน้าที่การตลาดแบบที่ปรึกษา แตกต่างจากเจ้าหน้าที่การตลาดทั่วไป โดยเริ่มจากการสร้างโมเดลชีวิตที่ดี เพื่อให้ลูกค้ารู้สึกเต็มใจ ยินดีในการเปิดเผยข้อมูลมากที่สุด อันจะเป็นผลให้เจ้าหน้าที่การตลาดสามารถวิเคราะห์และมองหาความต้องการที่แท้จริงของลูกค้า ได้ง่ายขึ้น เมื่อรู้จักสิ่งที่ลูกค้าต้องการแล้ว การนำเสนอสินค้าและผลิตภัณฑ์ทางการเงินโดยการให้หลักการนำเสนอประโยชน์ที่ลูกค้าจะได้รับจากการลงทุน ก็มีแนวโน้มที่ลูกค้าจะซื้อสินค้าทางการเงิน และลงทุนง่ายขึ้น

อย่างไรก็ตาม ก็ยังมีลูกค้าหลายๆ คน ที่อาจจะยังคงมีข้อกังวล และไม่มีความมั่นใจเกี่ยวกับการลงทุนอยู่ ดังนั้นเจ้าหน้าที่การตลาดที่ดีจะต้องเตรียมตัวให้สามารถรับมือ และแก้ต่างกับข้อกังวลต่างๆ เหล่านั้นได้แบบมีหลักการ เมื่อนั้นลูกค้าก็จะเกิดความมั่นใจ และมีความพร้อมที่จะเปิดบัญชี ทั้งนี้ อย่างลืมนะ... ถึงแม้ลูกค้าจะเปิดบัญชีแล้ว แต่ยังไม่มีการเริ่มซื้อขาย ก็นับได้ว่าขั้นตอนต่างๆ ที่ทำมาถือว่าไร้ผล เสียทั้งเวลาและค่าใช้จ่ายในการหาลูกค้า ดังนั้น สิ่งที่สำคัญที่สุด คือขั้นตอนสุดท้าย การสร้างความสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง ด้วยการติดต่อพูดคุยและให้บริการข้อมูลการลงทุนต่างๆ อย่างต่อเนื่อง รวมทั้งการใช้เทคนิคและวิธีการส่งเสริมการขายให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อขายหลักทรัพย์เพื่อประโยชน์ของลูกค้าให้ได้ นั่นถึงจะถือได้ว่าเป็นการใช้ขั้นตอนการขายแบบที่ปรึกษา เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลอย่างแท้จริง

แต่ทั้งหมดนี้ จะเป็นเพียงแค่ทฤษฎีในกระดาษเท่านั้น ถ้าเจ้าหน้าที่การตลาดไม่รู้จักนำไปประยุกต์ใช้ในการทำงานจริง และเมื่อนำไปใช้แล้ว ก็อย่าลืมนะสิ่งที่สำคัญที่สุด คือ การทำทุกอย่างด้วยหัวใจที่มีจริยธรรม ก็จะทำให้วิชาชีพเจ้าหน้าที่การตลาดเป็นวิชาชีพที่มีคุณค่า มีเกียรติ และเป็นวิชาชีพที่เป็นประโยชน์ต่อประเทศชาติต่อไป

ติดตามบทความเกี่ยวกับการเงินและการลงทุนที่น่าสนใจอื่นๆ ได้ที่ www.tsi-thailand.org