

TOP SALES

# ศาสตร์ แห่งการขาย

絶対断られない営業

# ที่ใคร ก็ปฏิเสธไม่ได้

มัทสึโมโตะ โอบุชิซะ เขียว  
บัตซึบิ ฮักยานันท์ แปลา

จากยอดนักขายอันดับหนึ่งโตเกียว  
ผู้พลิกฟื้นบริษัทที่เกือบล้มละลายได้ภายในเวลา  
แค่ 9 เดือน จนปีอาบูนั้นมีรายได้ถึง 300 ล้านเยน

เพิ่มยอดขาย  
ให้ทะลุเป้า ด้วยกลยุทธ์  
การเจรจาอันแยบยล  
ที่ไม่เปิด "ช่องว่าง"  
ให้ลูกค้าปฏิเสธ

คำนำสำนักพิมพ์

(14)

บทนำ

2

- คุณยังคิดว่า "การถูกปฏิเสธเป็นเรื่องปกติสำหรับงานขาย" อยู่ใช่ไหม 2
- จากหนี้สิน 10 ล้านเยน ผู้การเป็นนักขายที่ "ใครๆ ก็ไม่อาจปฏิเสธ" 4
- ถ้าทำเช่นนี้แล้ว คุณจะไม่ต้องถูกปฏิเสธอีกต่อไป 6



บทที่

1

ทิว "วิธีคิดที่เคยมีมา"

เพื่อเป็นนักขายที่ใครๆ ก็ไม่อาจปฏิเสธ

8

บทที่ "ความคิดผิดๆ" เพื่อจะได้เป็นนักขายที่ใครๆ

ก็ไม่อาจปฏิเสธ

10

- คำว่า "ขายไม่ได้" ไม่มีในโลก 10
- ความไร้ประสบการณ์คืออาวุธของนักขาย 12
- ห้ามเลียนบริษัทอื่นๆ และบริษัทคู่แข่ง 13
- การสอบถามความต้องการของลูกค้าสำคัญกว่าความสามารถในการพูดเป็นไหนๆ 14
- เพื่อให้ไม่ถูกปฏิเสธจะต้องแสดงให้เห็นตั้งแต่แรกว่าปฏิเสธได้ง่ายๆ 15

- สำหรับนักศึกษาแล้ว "ภายใน" สำคัญกว่า "บุคลิกภายนอก" 16
- ถ้าคิดว่าจะต้องได้ยศสิ่งชื่อเสียง ก็จงความรู้สึกล้มไปก่อนได้เลย 18

### ไปว่าใครก็เป็นยอดนักขายได้ทีมนับถ้าไม่ถูกปฏิเสธ 20

- นักขายที่ใครๆ ก็ไม่อาจปฏิเสธจะต้อง "เตรียมตัว" ให้ดีอีกฝ่ายเห็น 20
- คนประเภท "ขวางัด" ไม่อาจเป็นยอดนักขายได้ 21
- สำหรับสุดยอดนักขายแล้ว ไม่ว่าสินค้าอะไรก็ขายได้ทั้งนั้น 22
- ขอแค่อย่าเป็นนักขายที่ไม่รู้จักอ่านบรรยากาศรอบข้างก็พอ 23
- ถ้าไม่รู้จักสินค้าของตัวเองก็ขายไม่ได้ 24

### "เนื้อแท้ของการขาย" สิ่งที่คุณรู้เอาไว้เพื่อไม่ให้ถูกปฏิเสธ 26

- งานขายคืองานที่ต้องให้มากกว่าที่ลูกค้าคาดหวัง 26
- ทฤษฎี "เป็นหัวหมาดีกว่าหางเสือ" เพื่อเป็นสุดยอดนักขาย 27
- การเสนอตลาดที่อีกฝ่ายไม่รู้คือ "การขายที่จริงจัง" 29
- ก่อนจะซื้อต้องทำให้เห็น "ประโยชน์หลังการซื้อ" 30
- จาก "นักขายที่รู้" สู "นักขายที่ทำได้" 31



## บทที่ 2

### นักขายที่ใครๆ ก็ไม่อาจปฏิเสธ เริ่มรุกจากด้านบนสุด (ภาคการนัดหมาย)

34

### สร้างช่องทางที่สั้นที่สุด ด้วยการเอาहाลูกค้าจากด้านบนสุด เพื่อให้ได้ยอดสั่งซื้อ 36

- กับคนที่ไม่มีอำนาจตัดสินใจ พูดคุยธุรกิจมานานแต่ไหน  
ก็ไม่มีความสำเร็จ! 36



- ห้ามฟังเสียงที่เกิดขึ้นในหน่วยงาน 37
- แม้เป็น DM ก็เข้าถึงลูกค้าระดับผู้บริหารได้ 38

## **"เทคนิคการนัดผ่านโทรศัพท์ที่ลูกค้าไม่อาจปฏิเสธ"**

### **ด้วยการโทรศัพท์เพียงครั้งเดียว 41**

- ก่อนโทร. นัดหมาย ต้องทำรายชื่อลูกค้าที่จะโทร. ไปในวันนั้นเสียก่อน 41
- เป้าหมายของการนัดผ่านโทรศัพท์คือการได้กำหนดการนัดหมาย 43
- ห้าม "เสนอขาย" ผ่านโทรศัพท์เด็ดขาด! 44
- คำพูดที่ห้ามใช้เด็ดขาดเลยคือ "ขอขายผู้รับมีดฆาตด้วยครับ" 45
- ห้ามโทร. ไปนัดหมายในเช้าวันจันทร์และบ่ายวันศุกร์เด็ดขาด 46
- หลุดพ้นจากวิกฤตด้วยการตอบได้อย่างมีวาทศิลป์ 47
- "ทฤษฎีสามข้อ" หนทางสู่ความสำเร็จในการนัดหมายผ่านโทรศัพท์ 58
- ลูกค้า "มองเห็น" ทุกอย่าง 57
- วันที่ต่าง ๆ "ทางนี้" จะเป็นคนกำหนดเองทั้งหมด 58
- คนที่นัดหมายได้กับคนที่ไม่ได้ต่างกันตรงนี้ 59
- ต้องวิเคราะห์ข้อมูลการนัดหมายผ่านโทรศัพท์ 61

## **ไม่ว่าจะเป็น "การรีบเข้าไปเสนอขาย" หรือ "การเบะบังจากลูกค้า"**

### **ต้องนึกถึงการติดต่อกับผู้บริหารเอาไว้อเสมอ 62**

- การเดินเข้าไปเสนอขายโดยไม่นัดล่วงหน้าในขณะเห็น  
ชั้นเดียว "มาก"! 62
- การขายแบบปากต่อปากคือถูกด้วยความสัมพันธ์แบบ  
"สองต่อหนึ่ง" 64



# บทที่ 3

## บทขายที่ใคร ๆ ก็ไม่อาจปฏิเสธ ต้องรู้จักวัยหูฟังอย่างถ่องแท้ (ภาคการฟัง)

66

### อย่าละทิ้งความเป็นผู้เริ่มต้นเสนอขายเป็นอันดับ

68

- ห้ามคุยเรื่องสัพเพเหระ! 68
- “การแนะนำบริษัท” คือการแสดงเปิดตัวที่เหมาะสมที่สุด 69
- การนำเสนอที่ดี ต้องควบคู่กับการฟังที่ดีด้วย 70

### ลดระยะห่างกับอีกฝ่ายไปหนึ่งก้าวด้วยการเข้าไปนั่งอยู่ในใจ

#### ของลูกค้า

72

- ข้อมูลสำคัญต้องได้ฟังตั้งแต่ครั้งแรก 72
- “ขออนุญาตจดโน้ตได้ไหมครับ” ดีๆ คำถามแห่งมนตรีละกต 73
- ทำให้การคุยธุรกิจเร็วขึ้นด้วยการตรวจสอบตัวเลขบนเว็บไซต์ 74
- ปฏิบัติการ “การฟังแบบนับถอยหลัง” ที่สร้างภาพลักษณ์  
จากเป้าหมาย 75
- ฟังให้เข้าใจสถานการณ์ของลูกค้าก่อนใช้บริการเสียก่อน 76
- เทคนิคการใช้ประโยชน์จาก “แบบสอบถามข้อมูลลูกค้า”  
ที่ช่วยเพิ่มคุณภาพการนำเสนอขายได้อย่างก้าวกระโดด 77
- สิ่งสำคัญสำหรับนักขายคือ ต้อง “ตั้ง” ความกล้าหาญของคุณให้ได้ 80

### อย่าลืมทดลองปิดการขายหลังจากเพิ่มความต้องการของลูกค้า

82

- ทดลองปิดการขายว่า “ถ้าแก้ไขได้...” 82
- เวลาทดลองปิดการขายต้องเอ่ยถึงประโยชน์ที่ลูกค้าจะได้  
ให้มากที่สุด 83
- ภาพลักษณ์ที่ดีของนักขายสร้างได้ด้วยการส่งอีเมลขอบคุณ 84



## บทที่ 4

นักขายที่ใคร ๆ ก็ไม่อาจปฏิเสธจะนำเสนอ  
ด้วยความ “กระชับ” และ “ฝ่ายเดียว”  
(ภาคการนำเสนอ)

86

### การสื่อสารไม่จำเป็นสำหรับการนำเสนอ 88

- จบการนำเสนอ “ภายใน 15 นาที” ให้ได้ทุกครั้ง 88
- ไม่ “ถามคำถาม” ระหว่างนำเสนอ 89
- กฎข้อห้าข้อคือ คุณอธิบายข้อมูลที่ไม่มีในเอกสารได้หรือไม่ 90
- สุกสีเข้มเหมาะสมที่สุดต่อนำเสนองาน 91
- การนำเสนอไม่จำเป็นต้องเนียน 92

### เทคนิคการสร้างเอกสารที่จะช่วยให้นำเสนอจบ

#### ได้อย่างถูกต้องมากขึ้น 93

- ต้องทำเอกสารนำเสนองานทันที 93
- ไม่แสดงข้อมูลด้วยตัวหนังสือ แต่นำเสนอด้วยภาพ 95
- ใช้ “ตัวอักษรสีน้ำเงิน” 96
- การนำเสนอโดยให้กระดาษจะกลายเป็นข่าวรูตต่างไม่รู้ตัว 96
- เขียนสิ่งที่จับใจฝ่ายตรงข้าม 97
- ตั้งเป้าหมายนำเสนอ “ตามที่ลูกค้าสั่ง” 97

### เทคนิคทางจิตวิทยาของนักขายที่ช่วยเพิ่มผลลัพธ์

#### การนำเสนอให้ดีขึ้น 98

- ตอนหนึ่งให้นึกถึง “ความใกล้ชิด” เอาไว้เสมอ 98
- มองโน้มนำของ “สายตาที่มองจากด้านบน” 99
- วางเอกสารไว้ “ในจุดเท่าที่จะทำได้” 100



## บทที่ 5

### นักขายที่ใคร ๆ ก็ไม่อาจปฏิเสธ ต้องปิดการขายโดยการดึงตัวเองออกมา (ภาคปิดการขาย)

102

#### คอยสนับสนุนฝ่ายตรงข้ามในการปิดการขาย 104

- ถ้ามองถึงความตั้งใจที่ซื่อสัตย์หรือการบริการใน "หน้างาน" อย่างตรงไปตรงมา 104
- ทฤษฎี "พื้นที่ตรงกลาง" ที่ช่วยให้ปิดการขายด้วยการปล่อยมือ จากผลประโยชน์ของตัวเอง 105
- การปิดการขาย คือ ไคลแมกซ์ของงานขาย 107

#### งานขายไม่ได้ง่ายตายขนาดจู่ ๆ ก็ได้ยอดสั่งซื้อ 108

- การตอบตกลงแบบทันทีที่มีความเป็นไปได้ 20 เปอร์เซ็นต์ 108
- โอกาสไม่ได้หยุดสั่งซื้อที่ 80 เปอร์เซ็นต์ แต่เริ่มคือฝูงปลาขนาดใหญ่ที่รอคุณอยู่ 109
- ของแพงก็ต้อง "ขายแพง" 114



## บทที่ 6

### นักขายที่ใคร ๆ ก็ไม่อาจปฏิเสธ เปลี่ยน "สีดำ" ให้เป็น "สีขาว" ได้ (ภาคการติดตามผล)

116

#### "การติดตามผล" จะตัดสปีชออกจากรายชื่อนักขาย 118

- นักขายที่ให้ความสำคัญแก่ "หลังจากนั้น" จะไม่ถูกปฏิเสธ อย่างแน่นอน 118



• ไม่ได้ยอดตั้งชื่อคือ “ยอดตั้งชื่อในอนาคต”	119
• โอกาสได้ยอดตั้งชื่อจะค่อย ๆ สะสมขึ้นเรื่อยๆ	119
<b>เทคนิคการสร้าง “รายการติดตามผล” ให้ได้ยอดสั่งซื้อในอนาคต</b>	<b>120</b>
• กำหนดเดดไลน์อย่างจริงจัง	121
• 20 เปอร์เซ็นต์ของการตอบ “ตกลง! แบบทันที” เป็นสิ่งที่ต้องระวังให้ดี	123
• การขายแบบมีชั้นเชิงที่สุดคือ “การไม่แสดงชั้นเชิงให้เห็น”	124
<b>รู้จัก “วิธีการพ่ายแพ้ที่ถูกต้อง” ในการเสนอขายสินค้า</b>	<b>125</b>
• ในเรื่องการขาย มีรอบแก้ตัวสำหรับผู้พ่ายแพ้เสมอ	125
• เหตุผลที่ไม่ได้ยอดตั้งชื่อต้องตาม ณ ที่ตรงนั้นเสมอ	128
• “กฎ 7 ครั้ง” ที่นำไปสู่ยอดตั้งชื่อ	128



## บทที่ 7

นักขายที่ใคร ๆ ก็ไม่อาจปฏิเสธ  
ต้องมองถึง “อนาคต” เสมอ

130

<b>อย่าเอาแต่ไล่ตามคำว่า “ปฏิเสธไม่ได้”</b>	<b>132</b>
• คุณอยากทำอะไรเมื่อได้วิธีการขายที่ใคร ๆ ก็ไม่อาจปฏิเสธมาอยู่ในกำมือ	132
• “ถ้าถูกตัดสินว่าจะมีชีวิตอยู่แค่อีกครึ่งปี คุณจะรอความตายอยู่เฉย ๆ โดยไม่ทำอะไรเลยจ้ะหรือ”	134
• มีกำหนดตัวเองเรื่อง “ที่ไม่เกี่ยวกับการขาย”	136



**เทคนิคขั้นสูงด้านจิตใจของนักขายที่ใคร ๆ ก็ไม่อาจปฏิเสธ** 137

- อะไรที่ “ยกตัวสูงขึ้นไป” ในศิลปะนี้แลนด 137
- “ฝึกฝนความสามารถให้ชำนาญเพื่อเพิ่มความเร็วในการเก็บใบ” 139

**นักขายมืออาชีพจะไม่เสียชีวิตกับการลมหุบลมแรงด้วยตัวเอง** 140

- คนเรย์ ๆ ไม่ค่อยได้ยอขดสิ่งอื่น 140
- เพิ่มจำนวนพรรคพวกด้วยข่าวของที่มีติดตัว 141
- หากคิดว่า “รูปลักษณะภายนอกจะอย่างไรก็ช่าง”  
มีแต่จะแย่งเรื่อง ๆ 142
- “การขอให้สาว ๆ ช่วยเช็กการแต่งตัว” คือประตูสู่ความสำเร็จ 142
- จะลงทุนกับสิ่งที่ไม่เหลือรูปร่างเดิมได้ขนาดไหนกัน 143

**นักขายที่ใคร ๆ ก็ไม่อาจปฏิเสธจะมีความสำคัญมากขึ้น** 144

- อินเทอร์เน็ตช่วยให้นักขายยิ่งสำคัญขึ้นไปอีก 144
- ไม่ใช่แค่ฝึกฝนเทคนิคและจิตใจ  
จะต้องฝึกฝนทักษะเชิงออกแบบด้วย 146

**บทส่งท้าย** 150

**ประวัติผู้เขียน** 155