

# การสร้างพนักงาน ขายในองค์กร

## เหมือนจะไม่สำคัญ (แต่) จริงๆ สำคัญ

เคยกล่าวถึงเรื่อง คนไทยกับทัศนคติ  
งานขายในหลายฉบับผ่านมา สรุป  
ใจความได้ว่าวัฒนธรรมและระบบ  
การศึกษานั้น เป็นตัวกำหนดอย่างหนึ่งใน  
เรื่องของทัศนคติ ตลอดจนบุคลิกภาพ ที่  
ทำให้เราขาดแคลนบุคลากรด้านงานขาย  
ดังนั้น แม้องค์กรต่างๆ จะมีเครื่องมือ  
ในการคัดสรรพนักงานอย่างไร ก็ไม่มีใครมี  
ประโยชน์ เนื่องจากมีทรัพยากรให้เลือก  
น้อย หรือถึงมีเครื่องมือดี ก็คัดสรรคนที่  
ต้องการไม่ได้  
ผลเช่นนี้เอง จึงทำให้ในฉบับนี้ จึงใคร  
ที่อยากนำเสนอแนวทางในการเพิ่ม  
ประชากรนักขาย หรือพูดในอีกมุมหนึ่งคือ  
จากทรัพยากรเท่าที่ประเทศไทยมีให้ใน  
ขณะนี้ องค์กรต่างๆ จะสร้างสร้างพนักงาน  
ขายได้อย่างไร

โจทย์มีอยู่ว่า จากวัฒนธรรมของเรา  
ตลอดจนระบบการศึกษาที่ไม่ได้เอื้อในการ  
สร้างบุคลากรให้มีทักษะ ทัศนคติ ตลอดจน  
วุฒิภาวะในการดำเนินธุรกิจ

บัณฑิตส่วนใหญ่สำเร็จการศึกษามา  
พร้อมกับทัศนคติที่ต้องการนั่งทำงานใน  
สำนักงาน ต้องการเป็นหัวหน้าคน บัณฑิต  
จำนวนไม่น้อย แก้ปัญหาการหางานที่ดูใจ  
ไม่ได้ด้วยการศึกษาต่อในระดับปริญญาโท

แล้วเราจะสร้างพนักงานขายได้อย่างไร ?  
ก่อนอื่น ผู้เขียนขอย้อนกลับมาวิเคราะห์  
ถึงทักษะหรือองค์ประกอบที่พนักงานขายที่  
ประสบความสำเร็จจำเป็นต้องมี โดยเรียง  
ลำดับจากง่ายไปหายากในการสร้าง ดังนี้

หนึ่ง **ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์** เป็น  
เรื่องง่ายที่สุดที่องค์กรสามารถสอนให้ได้  
ได้ เพราะความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เป็นสิ่ง  
ที่สอนกันได้ แต่ทั้ง IQ และ EQ เป็นสิ่งที่  
ติดอยู่กับตัวคน ซึ่งไม่ได้แสดงอยู่ในผล  
การเรียน

คนที่มีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ เป็นสิ่ง  
จำเป็นที่ต้องมีไอคิวสูงกว่าคนที่มีความเฉลียว  
ต่ำกว่า และเราก็พบเสมอว่า ผู้ที่ประสบ  
ความสำเร็จในการทำงาน ไม่ใช่กลุ่ม  
คนเรียนเก่ง

เคล็ดลับไม่ลับในความสำเร็จขององค์กร  
ประกอบนี้ จึงอยู่ที่การใช้ทดสอบค้นหา  
ตัวคนที่แท้จริงของผู้มาสมัครงานเป็น  
อันดับแรก แล้วจึงตามมาด้วยการ  
โปรแกรมการฝึกอบรมสอนงาน เพราะการ  
พัฒนาจุดแข็งย่อมง่ายกว่าการปิดจุดอ่อน

สาม **ทัศนคติต่องานขาย** สำหรับ  
บุคลิกภาพของคนไทยแล้ว ทัศนคติต่องาน  
ขายเป็นสิ่งที่ยากที่สุดในการสร้าง จึงต้อง  
ใช้แรงผลักดันมาก เราต้องสร้างทัศนคติ  
ใหม่ เปลี่ยนความกลัวและความรู้สึก  
ต่ำต้อย ให้เป็นความรู้สึกรักงานขาย

แรงผลักดันที่ให้ผลตรงที่สุด คือ ผล  
ตอบแทนและความภาคภูมิใจจากผลสำเร็จ  
ของการขาย

สำหรับพนักงานขายมือใหม่ องค์กรควร  
มอบหมายผลิตภัณฑ์ที่มีโอกาสปิดการขาย  
ได้ง่ายที่สุด หรืออาจเป็นลูกค้าเก่า  
หรือลูกค้าที่มีหัวหน้างานปูทางไว้ให้แล้ว

เพราะเมื่อพนักงานใหม่ปิดการขายได้  
และได้รับผลตอบแทนอย่างรวดเร็ว  
ย่อมก่อให้เกิดความฮึกเหิม และเกิดความ

แม้ว่าระดับความยากง่ายของผลิตภัณฑ์จะ  
แตกต่างกัน แต่ก็ยังอยู่ในวิสัยที่พัฒนาได้

ผลิตภัณฑ์ที่ยากที่สุดในการสอนพนักงาน  
ขาย คือผลิตภัณฑ์ด้านบริการ เพราะเป็น  
นามธรรม จับต้องไม่ได้ พนักงานขายจึงต้อง  
มีทักษะในการคิดวิเคราะห์ จึงจะ  
สามารถเข้าใจจุดขายของบริการนั้นๆ  
นอกจากนี้ พนักงานจะต้องมีทักษะ  
การสื่อสารสูงมาก คือสามารถอธิบาย  
สิ่งที่เป็นนามธรรมให้ลูกค้าเข้าใจอย่างเป็น  
รูปธรรมได้

สอง **ทักษะด้านการขาย** ประกอบด้วย  
การรู้จักเลือกกลุ่มเป้าหมาย ทักษะใน  
การนำเสนอทั้งการพูดและการเขียน ความ  
สามารถในการวิเคราะห์ภาษาท่าทางของลูกค้า  
ความขยัน ความสามารถพลิกแพลงยืดหยุ่น  
ในการติดตามผล และสิ่งที่สำคัญที่สุด คือ  
ทักษะในการปิดการขาย

เราอาจพูดได้ว่าบุคลิกภาพของนักการ  
ขายที่ประสบความสำเร็จในชีวิต ต้อง  
ประกอบด้วยสององค์ประกอบใหญ่ๆ คือ  
ไอคิว (IQ) และอีคิว (EQ)

ไอคิว (IQ) คือ **ความฉลาดในการเรียนรู้**  
รวมทั้งไหวพริบปฏิภาณในการเข้าใจ  
ผลิตภัณฑ์ เข้าใจปัญหา และมีทักษะในการ  
จัดการกับปัญหาต่างๆ ได้ดี

อีคิว (EQ) คือ **ความฉลาดทางด้าน**  
**อารมณ์** ที่สามารถเข้าใจตนเอง เข้าใจ  
ลูกค้า และสามารถจัดการความสัมพันธ์  
ของตนเองกับลูกค้าได้เป็นอย่างดี  
รู้จักผ่อนหนักผ่อนเบา รู้จักจังหวะการรุก  
และการถอย

หลายๆ องค์กร จึงมักจะบอกว่า  
พนักงานขายนั้น สำเร็จการศึกษาสาขาใดก็  
เชื่อมั่นว่าตนเองสามารถเป็นนักการขายได้  
ต่อจากนั้น พวกเขาจะเห็นว่างานขายเป็น  
อาชีพที่มีรายได้ดีกว่าตำแหน่งอื่นๆ ที่พวกเขา  
จะสามารถสมัครได้

ผู้เขียนเคยถามพนักงานขายคนหนึ่งว่า  
ทำไมถึงมาทำงานด้านการขาย เพราะหาก  
เมื่อพิจารณาจากประวัติการศึกษา อุปนิสัย  
และพื้นฐานครอบครัวแล้ว ไม่น่าจะมา  
ทำงานขายได้เลย

เขาตอบว่า เพราะครั้งแรกขายได้ ก็เลย  
รู้สึกสนุก มีความภูมิใจ แล้วก็เลยทำมา  
เรื่อยๆ และเมื่อหันกลับไปมองตำแหน่งงาน  
อื่น ก็รู้สึกว่างานตรงนี้ท้าทายที่สุด และ  
การได้พบปะกับลูกค้า ทำให้มีโอกาสในชีวิต  
มากกว่าคนอื่น

เคล็ดลับไม่ลับประการที่สองในการสร้าง  
นักขายมือทองนั้น เราควรเลือกคนที่จ้องงาน  
อยากทำงาน ซึ่งอาจจะมาจากบุคลิกภาพ  
ส่วนตัวที่ขยันขันแข็ง หรือมาจากความ  
จำเป็นในชีวิตที่มีภาระต้องรับผิดชอบ หรือ  
กลุ่มคนที่มีคุณลักษณะบางอย่างที่ทำให้  
สมัครงานอื่นๆ ได้ยาก

บริษัทขายตรงหลายๆ แห่ง ใช้วิธี  
หลอกลวง โดยการตั้งชื่อตำแหน่งงานให้  
เป็นอย่างอื่น แต่งงานจริงๆ กลับเป็นงาน  
ขายตรง ด้วยวิธีนี้ ยิ่งเป็นการสร้างทัศนคติ  
ด้านลบต่ออาชีพการขาย และทำให้ผู้สมัคร  
งานรู้สึกเหมาวมที่ไม่ดีต่ออาชีพขายตรง  
ไปเลย

"ใจ" เป็นสิ่งที่สำคัญที่สุดในการกำหนด  
ความสำเร็จหรือความล้มเหลวของงาน

"ใจที่สู้" สามารถทำทุกอย่างให้สำเร็จได้  
"ใจที่สู้และนิ่ง (สมาธิ)" ย่อมก่อให้เกิดทั้ง  
ปัญญาและพลัง

รูปธรรมที่พวกเราเห็นเสมอในสนาม  
กีฬา คือ เราแทบจะสามารถบอกผลแพ้  
ชนะของนักกีฬาก่อนการแข่งขัน จากสีหน้า  
ท่าทางของนักกีฬา ซึ่งสะท้อนถึง "ใจ"  
ของนักกีฬาในขณะนั้น  
และเราก็ได้เห็นหลายๆ ชาติ ที่เป็น  
ประเทศที่มีประวัติการต่อสู้ที่ยากลำบาก  
ยาวนาน มักจะสร้างปาฏิหาริย์ในการแข่ง  
ขันเสมอๆ พวกเขาและเธอจะไม่ยอมแพ้  
จนกว่าการแข่งขันจะสิ้นสุดลงจริงๆ

ในการทำงานก็เช่นกัน เราต้องสร้างให้  
พนักงานรักงานที่ทำ และพร้อมที่จะสู้กับ  
อุปสรรคต่างๆ พนักงานขายที่ดีต้องไม่  
ยอมรับต่อชะตากรรมง่ายๆ ต้องไม่ยอมรับ  
ต่อสิ่งที่มาขัดขวางเล็กๆ น้อยๆ

องค์กรจึงต้องออกหนักหน่อย บ่มเพาะ  
"ใจรัก" ในอาชีพการขาย

เมื่อพนักงานทุ่มเท "ใจ" ให้กับงานที่ทำ  
แล้ว ย่อมสามารถหาทางออกของปัญหาทุก  
ปัญหาได้เสมอ และถ้าองค์กรมีทีมพนักงาน  
ขายที่เก่ง ก็เหมือนทีมฟุตบอลที่มีศูนย์หน้า  
เก่งๆ หลายคนพร้อมจะวิ่งทำประตูเพื่อนำ  
ชัยชนะมาสู่ทีมตลอดเวลา

ซึ่งไม่ใช่เรื่องยากแค่ประการใดเลย ?

อัสริย์ ดันตะชัยมงคล  
อ. (บจ.) โปสิณส อินพอร์สมชั่น  
www.progress-info.co.th