

CHANGE MANAGEMENT FOR SALES

การบริหารการเปลี่ยนแปลง
เพื่อผลสำเร็จในการขาย

ดร.สุรชัย โขษิตบวรชัย

ผู้บริหารบริษัท 1 ใน 500 FORTUNE
ประเทศสหรัฐอเมริกา

CHANGE MANAGEMENT FOR SALES

การบริหารการเปลี่ยนแปลง
เพื่อผลสำเร็จในการขาย

ดร.สุรชัย โภษิตบวรชัย

ผู้บริหารบริษัท 1 ใน 500 FORTUNE
ประเทศสหรัฐอเมริกา

การบริหารการเปลี่ยนแปลง เพื่อผลสำเร็จในการขาย

ดร.สุรชัย โฆษิตบวรชัย

ราคา 250 บาท

ลิขสิทธิ์ภาษาไทย 2567 ดร.สุรชัย โฆษิตบวรชัย

จัดทำโดย บริษัท ที่ปรึกษาและพัฒนาธุรกิจ จำกัด

เลขที่ 1991/157 ถนนอ่อนนุช แขวงอ่อนนุช

เขตสวนหลวง กรุงเทพฯ 10250

โทรศัพท์ 02 349 1788, 083 276 8877

โทรสาร 02 349 1789

LineOA: @dr.surachai

บรรณาธิการที่ปรึกษา บริษัท ที่ปรึกษาและพัฒนาธุรกิจ จำกัด,

บรรณาธิการบริหาร ดร.สุรชัย โฆษิตบวรชัย

ช่องทางการติดต่อ



.1.

การบริหารการเปลี่ยนแปลง เพื่อผลสำเร็จในการขาย

ดร.สุรชัย โฆษิตบวรชัย

เป็นเรื่องจริงของทุกองค์กรที่มองว่า ยอดขาย รายได้ การค้นหาโอกาสในการขาย คือ เป้าหมายสำคัญขององค์กร เพราะถ้าองค์กรสามารถสร้างรายได้ที่มากพอ จะทำให้การบริหารจัดการองค์กรมีความก้าวหน้า ซึ่งสิ่งเหล่านี้ต้องขึ้นอยู่กับความสำเร็จของประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานขาย ผู้จัดการฝ่ายขาย ในการทำงานให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น

คนทั่วไปมีมุมมองต่องานขายว่า พนักงานขาย ผู้จัดการฝ่ายขาย ต้องทำงานอยู่ภายใต้แรงกดดันที่มีความเครียดสูงในองค์กร และความเครียดเช่นนี้จะเพิ่มขึ้นทุกปีเพราะสถานการณ์การแข่งขันทางธุรกิจที่สูงขึ้น คู่แข่งเก่งขึ้น สินค้าทดแทนมากขึ้น

การโดนก่อกวนจากโลกดิจิทัล การแข่งขันทางธุรกิจที่ทุกคนต่างต้องการขยายตัวเพิ่มขึ้น และทุกองค์กรต้องการมีเป้าหมายการขายที่เพิ่มขึ้นทุกปี

องค์กรชั้นนำจึงเร่งสร้างให้ตนเองเป็นผู้นำการเปลี่ยนแปลง เพื่อผลสำเร็จในงานขาย คือ เริ่มต้นเปลี่ยนแปลงก่อนที่คู่แข่งจะเริ่มต้น เช่น การเปลี่ยนแปลงในงานขาย ด้วยปรับเปลี่ยนแนวทางการทำงานให้เป็นการทำงานเชิงรุกและลดความไม่แน่นอนหรือความกดดันที่เกิดขึ้น ที่ส่งผลเสียในการขาย

จุดเริ่มต้นการบริหารการเปลี่ยนแปลงในงานขาย คือการปรับกระบวนการความคิดของตนเอง นำไปสู่การปรับวิธีการทำงาน เทคนิคการขาย โดยเฉพาะการค้นหาลูกค้า เทคนิคการขาย เพื่อรับมือกับสถานการณ์การเปลี่ยนแปลง ซึ่ง

การ์ดเนอร์ ได้รายงานว่ **“ลูกค้ามีเส้นทางการซื้อของพวกเขาอยู่แล้ว 57% ก่อนที่จะพิจารณาว่าจะซื้อจากคุณหรือไม่?”**

นั่นหมายถึงว่า ลูกค้ามีความคิดตั้งต้นที่จะค้นหาข้อมูลพิจารณาข้อมูลต่าง ๆ ก่อนที่จะพิจารณาสินค้าของคุณ

แต่ในความเป็นจริงนั้น ข้อมูลที่ได้จากโซเชียล ไม่ละเอียดพอ และบางครั้งก็ไม่น่าเชื่อถือ

พนักงานขายจึงจำเป็นต้องเปลี่ยนแนวทางในการขาย ด้วยการเข้าถึงลูกค้าก่อนเสมอ เพื่อจะให้ข้อมูลที่ถูกต้องแก่ลูกค้า

.2.

6 สัญญาณเตือน ว่ามีความจำเป็น ต่อ การเปลี่ยนแปลง ในงานขาย

ดร.สุรชัย โฆษิตบวรชัย

ในหลายองค์กรยังคิดว่าการบริหารการเปลี่ยนแปลงเพื่องานขาย เป็นเรื่องไกลตัว ไม่จำเป็น ไม่ต้องทำอะไร เพราะสถานการณ์การยังดีอยู่ เช่น ยอดขายยังมีการเติบโต ลูกค้ายังตอบรับเป็นอย่างดี

ซึ่งความคิดเช่นนี้เป็นความเข้าใจผิดอย่างมาก ทำให้หลายองค์กรเผชิญกับสถานการณ์ที่ยากลำบากต่อการขาย เพราะทำเป้าหมายการขายไม่ได้ พนักงานไม่กระตือรือร้น ดังนั้น ในทุกองค์กรต้องคอยสังเกตและระบุให้ได้ถึงความจำเป็นในนำการบริหารการเปลี่ยนแปลงมาใช้ เพื่อพัฒนายอดขายให้เพิ่มขึ้น

การสังเกตที่ดีที่สุด ทำได้โดยการติดตามปัจจัยภายในและภายนอกที่หลากหลาย ดัชนีชี้วัดความสำเร็จ ทัวไปบางประการที่จำเป็น ที่ต้องเปลี่ยนแปลง ได้แก่:

1. ยอดขายหรือรายได้ที่ลดลงหรือทรงตัว:

ยอดขายหรือรายได้ที่ลดลงหรือทรงตัว บ่งชี้ว่ากลยุทธ์และกระบวนการขายในปัจจุบันไม่มีประสิทธิภาพอีกต่อไป และจำเป็นต้องเปลี่ยนแปลงเพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพ

2. การเปลี่ยนแปลงสถานะตลาด:

สถานะตลาดมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา และสิ่งสำคัญคือต้องติดตามแนวโน้มและการพัฒนากลยุทธ์ล่าสุดอยู่เสมอ การระบุการเปลี่ยนแปลงในตลาดสามารถช่วยระบุพื้นที่ที่อาจจำเป็นต้องเปลี่ยนแปลงได้

3. การเปลี่ยนแปลงในความต้องการของลูกค้า:

ความต้องการของลูกค้ามีการเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง และสิ่งสำคัญของพนักงานขาย คือต้องคอยติดตามการเปลี่ยนแปลงเหล่านี้ การระบุการเปลี่ยนแปลงความต้องการของลูกค้าสามารถช่วยระบุประเด็นที่อาจจำเป็นต้องเปลี่ยนแปลงได้

4. ความกดดันทางการแข่งขัน:

การจับตาดูการแข่งขันสามารถช่วยระบุจุดที่จำเป็นต้องเปลี่ยนแปลงเพื่อรักษาความสามารถในการแข่งขันไว้ได้ โดยไม่จำเป็นต้องลดราคา เพื่อมาใช้ในการแข่งขัน

5. ผลตอบรับจากทีมขาย:

การรวบรวมผลตอบรับจากทีมขายเป็นประจำสามารถช่วยระบุประเด็นที่อาจจำเป็นต้องเปลี่ยนแปลงได้ สมาชิกในทีมขายมักเป็นคนแรกที่ระบุปัญหาหรือความต้องการที่จะแก้ไข

6. การทบทวนตัวชี้วัดการขาย:

การทบทวนตัวชี้วัดการขายเป็นประจำ เช่น ความพึงพอใจของลูกค้า การสร้างลูกค้าเป้าหมาย และอัตราส่วนการปิดการขาย สามารถช่วยระบุส่วนที่อาจจำเป็นต้องเปลี่ยนแปลงเพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพ

ในปัจจุบันกระบวนการขายที่ประสบความสำเร็จ มีความสัมพันธ์โดยตรงกับการบริหารการเปลี่ยนแปลง เนื่องจากถ้าพนักงานขายยังคงทำงานขายแบบเดิม ๆ ยอดขายจะมีแต่ทรงกับทรุด ไม่สามารถขับเคลื่อนบริษัทให้เติบโตได้ และนี่ก็เป็นเหตุผลว่า ทำไมองค์กรชั้นนำ โดยเฉพาะฝ่ายขาย มีการเปลี่ยนแปลงในทุกมิติของการขาย เช่น เน้นการนำนวัตกรรมที่ทันสมัย การเข้าหาลูกค้าที่แตกต่างออกไป เพื่อเพิ่มโอกาสในการขาย กลยุทธ์การบริหารการเปลี่ยนแปลง มีเป้าหมายเพื่อเพิ่มโอกาสในความสำเร็จในการขายของตนเอง ซึ่งดีกว่าการใช้การขายแบบเดิม ๆ ที่ล้าหลัง

การบริหารการเปลี่ยนแปลงในงานขาย จะช่วยให้พนักงานขายปรับขั้นตอนการทำงานใหม่ ทำให้การบริหารเวลา มีความเหมาะสมและปรับเทคนิคการขายเพื่อให้ตอบสนองต่อลูกค้าที่ดี

ที่สุด เพื่อให้แน่ใจว่าจะปิดการขายและเพิ่มยอดขายสูงสุด หรือการ
ได้มาซึ่งการเพิ่มโอกาสในการขายใหม่ ๆ

การกระตุ้นพนักงานขายให้มีการบริหารการเปลี่ยนแปลง
เพื่อนำวิธีการการขายใหม่ ๆ เป็นเรื่องละเอียดอ่อน บางครั้งอาจมี
แรงต้าน ความไม่พร้อมในการเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ แต่ทุกองค์การจำเป็นต้องทำ เพราะการเปลี่ยนแปลงด้านการขาย เป็นกุญแจสำคัญของ
ความสำเร็จในยุคปัจจุบัน

การกระตุ้นให้มีการบริหารการเปลี่ยนแปลงในงานขาย
ทำให้พนักงานขายทราบถึงรายละเอียด และการวางแผนการให้คำ
ปรึกษากับลูกค้า การจัดเก็บข้อมูลทางสถิติ ที่เป็นประโยชน์ การ
สร้างความพึงพอใจให้ลูกค้าอย่างต่อเนื่อง และการจัดโครงสร้างใน
การวางแผนการขายที่มีกลยุทธ์ โดยมีเป้าหมายเพื่อสร้างประโยชน์
สูงสุดจากโอกาสในการขาย จากพื้นที่การขายที่แตกต่างกันออกไป
ของพนักงานขาย

การบริหารการเปลี่ยนแปลงเพื่อการขาย จะใช้แนวทางที่นำ
มาใช้ช่วยให้พนักงานขายเตรียมตัวและฝึกฝนรูปแบบความคิด นำ
มาพัฒนาต่อยอด ถึงกระบวนการขาย การนำเสนอ การเล่าเรื่อง
ในสภาพแวดล้อมที่ไม่น่ากังวลใจสำหรับพนักงานขายอีกต่อไป
และสามารถช่วยให้ลูกค้าเติบโตไปด้วยกัน ยังสามารถนำมาใช้ในการ
ฝึกสอนพนักงานใหม่ และเร่งอัตราความสำเร็จในการขายของ
พนักงานขาย เช่นกัน

.3.

กลยุทธ์การบริหารการเปลี่ยนแปลง เพื่อความสำเร็จการขาย

ดร.สุรชัย โฆษิตบวรชัย

การบริหารการเปลี่ยนแปลง เพื่อความสำเร็จในงานขาย มีขั้นตอนที่จำเป็นต้องนำมาปรับใช้ในสภาพแวดล้อมการขายที่แตกต่างกันออกไป 3 ขั้นตอนดังนี้

1) การวางแผนการเปลี่ยนแปลง เพื่อความสำเร็จในงานขาย

การดำเนินงานการบริหารการเปลี่ยนแปลง ในงานขายที่ประสบความสำเร็จ การวางแผนมีความสำคัญมาก เพราะเป็นจุดเริ่มต้นของการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นในอนาคต เพื่อให้แน่ใจว่า พนักงานทุกคนจะเข้าใจการเปลี่ยนแปลงและไม่มองข้ามความสำคัญของการเปลี่ยนแปลงการขายนี้ การเตรียมการข้อมูลในการ

ขายอย่างละเอียดถี่ถ้วน โดยคำนึงถึงทุกเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น เมื่อการบริหารการเปลี่ยนแปลงได้ดำเนินการวางแผนอย่างละเอียดและมีโครงสร้างขั้นตอนแล้ว กระบวนการการบริหารการเปลี่ยนแปลงเพื่อทำงานขายอื่นๆ ก็จะเหมาะสม ลงตัว เพื่อการเริ่มต้นการวางแผนการเปลี่ยนแปลงของทีมขาย โดยต้องมีการกำหนดช่วงเวลาชัดเจนว่า การเปลี่ยนแปลงจะเริ่มต้นเมื่อใด ทำอะไร และสิ้นสุดเมื่อไหร่

การบริหารการเปลี่ยนแปลงเพื่อทีมขาย จำเป็นต้องร่างไทม์ไลน์ รวมถึงวันที่จำเป็นต้องเริ่มต้นที่การเปลี่ยนแปลง ไทม์ไลน์นี้สามารถช่วยให้พนักงานขายทุกคน ได้รับการฝึกอบรมก่อนและต้องมีการจัดทำงานประมาณ เพื่อใช้การบริหารการเปลี่ยนแปลง

พนักงานขายทุกคนต้องเข้าฝึกอบรม สำหรับการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้น ที่ปรึกษาด้านการเปลี่ยนแปลง และผู้เชี่ยวชาญด้านการขาย จะต้องได้รับการติดต่อและกำหนดเวลาเข้าประชุม ฝึกอบรม เพื่อหาแนวทางการบริหารการเปลี่ยนแปลง ไปพร้อม ๆ กัน

การกำหนดเวลาการบริหารการเปลี่ยนแปลงสำหรับพนักงานขายถือเป็นสิ่งสำคัญสำหรับพนักงานขาย เพราะจะช่วยขจัดความไม่แน่ใจและความลังเล ที่ทุกคนจะยอมรับการเปลี่ยนแปลง

สำหรับผู้ที่อยู่รู้สึกไม่พร้อมต่อการเปลี่ยนแปลง เพื่องานขาย ก่อนที่จะเริ่มการนำการเปลี่ยนแปลงมาใช้ จำเป็นต้องช่วยให้พวกเขาเตรียมจิตใจสำหรับการเปลี่ยนแปลงที่กำลังจะเกิดขึ้น ถ้ามคำถามเกี่ยวกับความกังวลใจ โครงการฝึกอบรมการบริหารการ

เปลี่ยนแปลง เพื่อสร้างความเชื่อมั่น ว่าพนักงานทุกคนจะพร้อมเข้าร่วมแผนการจัดการการเปลี่ยนแปลง

การรับฟังเสียงของพนักงาน พนักงานผู้เกี่ยวข้องและลูกค้า เป็นองค์ ประกอบสำคัญประการหนึ่งในการทำให้แผนการบริหาร การเปลี่ยนแปลงประสบความสำเร็จ ผู้นำการเปลี่ยนแปลงจำเป็นต้องแสวงหามุมมองของพนักงานชาย พนักงานที่เกี่ยวข้อง ลูกค้า และ ดำเนินการตามมุมมองเหล่านี้ เพื่อส่งเสริมวัฒนธรรมของการฟังและการรับฟัง การดำเนินการเช่นนี้จะส่งผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจของพนักงานชายและลูกค้า นำมาการปรับปรุงการบริการของพนักงานชาย เนื่องจากความเป็นผู้นำของการบริหารการเปลี่ยนแปลงที่มชาย ต้องเป็นแบบอย่างที่ดีในการสร้างความพอใจให้ลูกค้า

การให้ข้อมูลย้อนกลับ(Feedback) เป็นส่วนหนึ่งของการใช้ ข้อมูลที่สื่อสาร กับพนักงานชาย อย่างมีประสิทธิภาพเพื่อดำเนินการ และเปลี่ยนแปลงกระบวนการขาย และการปฏิบัติงานและการให้ บริการลูกค้า

การบรรลุกระบวนการนี้ให้สำเร็จ ประกอบด้วย 4 ขั้นตอน:-

ขั้นที่ 1: รวบรวม ความคิดเห็น ความรู้สึก และ คำติชมของพนักงาน โดยเก็บข้อมูลจากหลากหลายช่องทาง เช่น โซเชียลมีเดีย การแชทออนไลน์ และการนำแบบสำรวจมาใช้ประมวลผล

ขั้นที่ 2: วิเคราะห์ข้อมูลโดยการนำข้อมูลต่าง ๆ ที่ได้รับมานำมาประมวลผลผ่านเครื่องมือที่เหมาะสมในการวิเคราะห์ แม่นยำ และ

ต้องวิเคราะห์ข้อมูลโดยเร็ว เพราะป้องกันการเปลี่ยนใจของการตอบ
ความคิดเห็นอาจเปลี่ยนไปตามสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนไปเช่นกัน

ขั้นที่ 3: ใช้ข้อมูล ที่ได้จากการวิเคราะห์ เช่น ความคิดเห็น
คำแนะนำ คำติชม นำมาออกแบบ และการทดสอบความคิดริเริ่ม
และปรับปรุง ทดลอง ทบทวน เพื่อใช้เป็นแนวทางการบริหารการ
เปลี่ยนแปลงเพื่องานขายที่ต้องใช้ในอนาคต

ขั้นที่ 4: ติดตามผลกับผู้จัดการฝ่ายขาย พนักงานขายและ
ลูกค้า ในการตรวจสอบเพื่อให้แน่ใจว่าพนักงานขาย เห็นคุณค่าต่อ
การเปลี่ยนแปลงเพื่องานขาย และยินดีที่จะอุปเดตการเปลี่ยนแปลง
หากต้องมีการเปลี่ยนแปลงในครั้งต่อไป ตามสภาพการแข่งขันในการ
ขาย

ความคิดเห็นต่าง ๆ ที่ได้รับจากพนักงานขาย ถือว่าเป็น
ประโยชน์มากเพราะสามารถรวบรวมและนำไปใช้เพื่อปรับปรุง
กระบวนการขายของบริษัทและสร้างวัฒนธรรมการฟัง การให้ข้อมูล
ย้อนกลับ นอกจากนี้ พนักงานขายจะให้ข้อเสนอแนะอย่างตรงไป
ตรงมาและมีการทำงานเชิงรุกในอนาคต เพื่อให้มั่นใจว่าพนักงานจะ
พร้อมรับมือการบริหารการเปลี่ยนแปลงทุกประการ เพราะพนักงาน
ขายรู้สึกมั่นใจ ต่อการสนับสนุนของตนเอง องค์กรต้องสร้างพื้นที่ใน
สนทนาระหว่างพนักงานและฝ่ายบริหาร

การวัดและประเมินผลการบริหารการเปลี่ยนแปลงเพื่องาน
ขาย เป็นเรื่องจำเป็นอย่างยิ่ง

ในการบริหารการเปลี่ยนแปลงเพื่องานขาย จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องสร้างหน่วยวัดซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของแผนเพื่อให้แนวคิดว่าสิ่งใดที่จำเป็นและการเปลี่ยนแปลงรูปแบบใดที่จำเป็นต้องดำเนินการบริหารการเปลี่ยนแปลงเพื่องานขาย ใช้เครื่องมือมากมายในการวัด ผลลัพธ์ที่ได้จากสถานะปัจจุบันของบริษัทในหน่วยงานหรือแผนกต่างๆ และข้อมูลนี้สามารถบันทึกและเปรียบเทียบกับตัวชี้วัดใหม่เมื่อการเปลี่ยนแปลงเริ่มต้นขึ้น

2. การนำไปประยุกต์และปรับใช้

การนำไปประยุกต์และปรับใช้ เป็นจุดที่อาจสร้างความสับสนวุ่นวาย เพราะความไม่ชัดเจนในการวางแผน ทำให้มีโอกาสเกิดขึ้นได้ภายในโครงการริเริ่มการเปลี่ยนแปลง ดังนั้นจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องแน่ใจว่าพนักงานทุกคนในองค์กรการขาย ได้รับการเตรียมความพร้อมก่อนที่จะปรับใช้ ทีมขายจัดทำความคิดเห็นเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงในขั้นตอนนี้ ทำให้เป็นช่วงเวลาที่ละเอียดอ่อน ผู้จัดการฝ่ายขายจำเป็นต้องพร้อมที่จะช่วยเหลือในทุกปัญหา หรือความไม่เข้าใจที่เกิดขึ้นภายในองค์กร

การบริหารความร่วมมือข้ามแผนก

การสื่อสารภายในองค์กร เป็นการสื่อสารระหว่างแผนกต่างๆ ที่มีความสำคัญ เป็นสิ่งสำคัญในการแบ่งปัน ข้อมูล การวิเคราะห์ความสำเร็จและความล้มเหลว ระหว่างการบริหารการเปลี่ยนแปลงใน เพื่อการขาย เพราะเมื่อเริ่มโครงการริเริ่มการเปลี่ยนแปลง พนักงานขายในทีมจะแบ่งปันความคิดเห็นเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลง

และผู้จัดการฝ่ายขายควรติดต่อประสานงานระหว่างแผนกต่างๆ เพื่อติดตามว่าพนักงานได้รับการเปลี่ยนแปลงอย่างไร เมื่อพนักงานทุกคนสื่อสารกันระหว่างแผนก การทำงานร่วมกันควรกลายเป็นส่วนหนึ่งของการปรับใช้การบริหารการเปลี่ยนแปลงที่มีประสิทธิภาพ

มีกลยุทธ์การฝึกอบรมการบริหารการเปลี่ยนแปลงเพื่องานขายที่รองรับอนาคต ที่ชัดเจน มีประสิทธิภาพและเห็นผลเร็ว

ในความเป็นจริงนั้น หน่วยงานขายต้องเป็นหน่วยงานที่ล้ำหน้ากว่าใคร มีความทันสมัยตลอดเวลา เช่นเดียวกับเทคโนโลยีมักจะอยู่ในระดับแนวหน้า ทันสมัย อัปเดต ตลอดเวลา หรือแม้แต่แนวความคิดริเริ่มในการบริหารการเปลี่ยนแปลงเพื่องานขาย ก็ต้องล้ำกว่าใคร

แต่ถ้าเทคโนโลยีที่องค์กรใช้ยังล้าสมัย ไม่ทันต่อสภาพการแข่งขัน ทำให้การบริหารการเปลี่ยนแปลงไม่ประสบความสำเร็จ ดังนั้น องค์กรจำเป็นต้องมีการวางแผนเพื่อสร้างความสำเร็จในอนาคต ผู้จัดการฝ่ายขายต้องให้ความสำคัญกับการคาดการณ์เหตุการณ์ในอนาคตและจัดทำงบประมาณให้เพียงพอทั้งสำหรับวันนี้และอนาคต รวมถึงความท้าทายทั้งหมดที่อาจเกิดขึ้น

การฝึกอบรมพนักงานขาย เกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงสำหรับอนาคตช่วยให้พนักงานขายมีการเตรียมตัวให้มากที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้ สำหรับความท้าทายที่พนักงานขายและผู้จัดการฝ่ายขายจะต้องเผชิญ และสุดท้ายดีต่อการปรับตัว เพิ่มความยืดหยุ่นและกลยุทธ์ทั้งการรุกและการรับมือต่อสิ่งที่จะเกิดขึ้น

อำนวยความสะดวกในการโต้ตอบระหว่างพนักงานขาย

ในฐานะที่เป็นส่วนหนึ่งของการทำงานร่วมกันของแต่ละแผนก ผู้จัดการฝ่ายขายจะเรียนรู้ที่จะให้มีการส่งเสริมการสื่อสารภายในองค์กรระหว่างพนักงานขาย การจัดการงานการขายทำได้สะดวกขึ้น ขจัดข้อขัดแย้งที่จะมี สามารถพัฒนาการสื่อสารภายในองค์กรนี้ในแต่ละแผนก เช่น จัดให้มีการประชุมหรือกิจกรรมกลุ่มย่อย เพื่อมีพื้นที่พูดคุยแลกเปลี่ยน เกี่ยวกับการบริหารการเปลี่ยนแปลงเพื่องานขาย ในสภาพแวดล้อมที่เปิดกว้าง ปลอดภัย และสะดวกสบาย

การสนับสนุนให้มีการเสนอ ความคิดเห็น ความคิด และความคับข้องใจเกี่ยวกับการบริหารการเปลี่ยนแปลง เพื่องานขาย จะทำให้พนักงานขายและผู้จัดการฝ่ายขาย มีแนวโน้มที่จะมีส่วนร่วมกับการเปลี่ยนแปลง เพื่องานขายเพิ่มมากขึ้น เป็นจิตวิทยาของมนุษย์ที่ต้องการทำสิ่งที่เราถูกสั่งห้าม แต่เมื่อเราได้รับอนุญาตให้ทำอะไรบางอย่าง การต่อต้านจะลดลง และเราจะคล้อยตามช่วงการเปลี่ยนแปลงได้มากขึ้น

3. หลังการบริหารการเปลี่ยนแปลงเพื่องานขาย

ขั้นตอนนี้เป็นสิ่งสำคัญ ที่ตัวแทนการเปลี่ยนแปลงที่เรียกว่า Change Agent ต้องแน่ใจว่าการเปลี่ยนแปลงจะฝังตัวในพนักงานขายทุกคน ทั้งพนักงานขายและผู้จัดการฝ่ายขายต่างเป็นส่วนหนึ่งของสถานะใหม่ที่เป็นอยู่ ซึ่งเป็นผลจากการบริหารการเปลี่ยนแปลงเพื่องานขาย

ความเสี่ยงที่อาจจะเกิดขึ้น คือการเปลี่ยนแปลงทีมงานขาย ที่จัดทำกัน อาจค่อยๆ คลี่คลายลงเมื่อเวลาผ่านไป พนักงานขายและผู้จัดการฝ่ายขายให้ความสำคัญน้อยลง เนื่องจากพนักงานขายตระหนักดีว่าไม่มีใครติดตามผลของพฤติกรรมใหม่หรือคุณค่าใหม่ๆ ของแผนการเปลี่ยนแปลงในงานขาย ความเสี่ยงนี้คือสาเหตุที่ผู้จัดการฝ่ายขายต้องให้ความสำคัญ และต้องพยายามสื่อสาร เพื่อสร้างแรงจูงใจต่อการเปลี่ยนแปลงทีมงานขาย ที่ต้องปฏิบัติต่อไปวิธีนี้เพื่อให้แน่ใจว่าการเปลี่ยนแปลงทีมงานขายจะยังคงอยู่ตลอดไป

ประเมิน ประเมินผล และปรับปรุง

การประเมิน และประเมินผล มีเป้าหมายเพื่อทำให้พนักงานขายและผู้จัดการฝ่ายขาย มั่นใจได้ว่าผลลัพธ์ของแผนการเปลี่ยนแปลง ตรงกับความตั้งใจ หรือเป้าหมายที่วางไว้ ผู้จัดการฝ่ายขายสามารถบรรลุการดำเนินการเหล่านี้ได้โดยใช้เครื่องมือ การประเมินผลพนักงานให้ยอมรับ เพื่อรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับประสิทธิภาพปัจจุบันของบุคคลและแผนก และความพึงพอใจของลูกค้า ผู้จัดการฝ่ายขาย สามารถใช้ข้อมูลเหล่านี้เพื่อปรับปรุงและสร้างกระบวนการขาย แต่ละกระบวนการ โดยมุ่งเน้นไปที่ทีมงานขาย การนำเทคโนโลยีใหม่มาใช้และการฝึกอบรมพนักงานขาย เพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพและประสบการณ์ของพนักงานขาย

รับข้อมูลย้อนกลับ และฟังคำติชม

ข้อมูลที่ดีที่สุด มาจากข้อเสนอแนะจากลูกค้า หรือผู้เกี่ยวข้อง กับเส้นทางการขาย ผู้จัดการฝ่ายขายและพนักงานขายจะต้องรวบรวม

ข้อมูลอย่างไม่ลำเอียง มีความชัดเจน ด้วยการรับฟังข้อมูลย้อนกลับ ทั้ง คำชม และคำติ และดำเนินการ ปรับปรุงคุณค่าที่มอบให้กับลูกค้า เพื่อให้ ผู้จัดการฝ่ายขาย พนักงานขายและลูกค้ารู้สึกได้ถึงคุณค่าที่ได้รับ

เป็นที่ทราบดีว่า องค์กรฝ่ายขายสามารถรักษาความสามารถในการแข่งขัน สร้างความได้เปรียบ ได้หากการเปลี่ยนแปลงเหล่านี้ดำเนินการเป็นกระบวนการวิเคราะห์และดำเนินการปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง

สร้างแผนสำหรับอนาคต

ทีมงานบริหารการเปลี่ยนแปลงเพื่องานขายนั้น ซึ่งก็คือ Change Agent ไม่สามารถจะยุติบทบาทตนเองได้ เพราะเมื่อแผนการเปลี่ยนแปลงเริ่มต้นขึ้น ก็บริหารการเปลี่ยนแปลงเพื่องานขายก็จะไม่เคยหยุดนิ่ง กลยุทธ์ในการบริหารเปลี่ยนแปลงเพื่องานขาย นำไปสู่วิธีการเปลี่ยนแปลงในปัจจุบัน แต่สถานการณ์ก็จะเปลี่ยนต่อไปอีกในอนาคต เพราะการแข่งขันทางธุรกิจมีไม่แน่นอนตลอดเวลา และต่างฝ่ายต่างต้องการชัยชนะ และความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีที่มีการพัฒนาไม่สิ้นสุด ทำให้การบริหารการเปลี่ยนแปลงเพื่องานขายไม่หยุดนิ่ง

มุมมองในแง่ดีมากขึ้นในการบริหารการเปลี่ยนแปลงเพื่องานขาย ได้ดำเนินไปคือ ทุกแผนจะมีการเปลี่ยนแปลงตาม เพื่อช่วยป้องกันการแข่งขัน คู่แข่งขัน และจากการที่ผู้จัดการอัจฉริยะ พูดยถึงการเปลี่ยนแปลงบ่อยครั้ง เท่ากับเป็นการกระตุ้นให้พนักงานขายทุกระดับ เปิดรับการบริหารเปลี่ยนแปลง เพื่องานขาย จึงทำให้มั่นใจได้ว่า บริษัทกำลังมาถูกทาง ข้อสำคัญแผนการบริหารการเปลี่ยนแปลง เพื่องานขายสำหรับอนาคตไม่จำเป็นต้องครอบคลุมเท่ากับแผนการบริหาร

เปลี่ยนแปลงในปัจจุบัน แต่จำเป็นต้องนำสิ่งที่ได้จากการเรียนรู้ในระยะ
สั้นเพื่อจัดโครงสร้างแผนการบริหารการเปลี่ยนแปลงเพื่องานขายที่มี
ความก้าวหน้าอย่างต่อเนื่อง

.4.

เพิ่มศักยภาพพนักงานขาย

ดร.สุรชัย โฆษิตบวรชัย

แผนการบริหารการเปลี่ยนแปลงเพื่องานขาย ต้องมีการวางโครงสร้างที่ชัดเจน ไม่ซับซ้อน และต้องมีการรวบรวมตัวชี้วัดและข้อเสนอแนะ เพื่อให้การบริหารการเปลี่ยนแปลงเพื่องานขายเกิดขึ้นได้ ข้อมูลจำเป็นต้องได้รับการวิเคราะห์และดำเนินการ

พนักงานขาย ผู้จัดการฝ่ายขาย และใคร ต้องทำอะไรในเรื่อง การบริหารการเปลี่ยนแปลงเพื่องานขายทั้งหมดนี้? ทีมงานขายทุกคน เป็นหัวใจของการเปลี่ยนแปลงเพื่องานขาย

แม้กระทั่งก่อนที่การเปลี่ยนแปลง พนักงานขายมีทักษะการขายที่ดีในรูปแบบการขายเดิม ๆ แต่ต้องพยายามที่จะเปลี่ยนแนวทางการทำงาน ให้ปฏิบัติตามมาตรฐานการเปลี่ยนแปลงที่กำหนด เพื่อมั่นใจว่าความสำเร็จในการขายจะเติบโตไปด้วยกัน พร้อม ๆ กัน

ความสำเร็จในการขายเกิดขึ้นภายในการนำมาใช้อย่างเต็มที่ เนื่องจากทีมขายมีส่วนร่วมกับการเปลี่ยนแปลง การดำเนินชีวิต และการหายใจเอากระบวนการใหม่ๆ ที่กำลังเปลี่ยนแปลงทั้งหมด

ท่ามกลางความจำเป็นทั้งหมดของกระบวนการและข้อมูล

ถ้าองค์กรต้องการเป็นผู้นำในการขาย จำเป็นต้องมุ่งเน้นไปที่พนักงานขาย เพื่อหลีกเลี่ยงการสูญเสียไป เพราะกระบวนการบริหาร การเปลี่ยนแปลงเพื่องานขายทั้งหมด และเพื่อให้แน่ใจว่าพวกเขาจะได้รับประโยชน์ การสื่อสารระหว่างพนักงานขาย ผู้จัดการฝ่ายขาย ผู้จัดการอัจฉริยะ และตัวแทนการเปลี่ยนแปลงต้องได้รับการส่งเสริมในทุกขั้นตอน และการฝึกอบรม การบริหารการเปลี่ยนแปลงเพื่อความสำเร็จในงานขาย เพื่อมั่นใจในความเป็นผู้นำในงานขายและคงความเป็นหนึ่งในธุรกิจ

เมื่อการบริหารการเปลี่ยนแปลงเพื่องานขายเกิดขึ้น พนักงานขายจะใช้กระบวนการใหม่ในระดับที่เหมาะสมที่สุด พนักงานขายจะเตรียมพร้อมสำหรับการเปลี่ยนแปลงเมื่อสิ่งนี้กลายเป็นส่วนหนึ่งของค่านิยมของพนักงานขาย โดยยอมรับที่จะเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง โดยเห็นว่าการเปลี่ยนแปลงไม่เพียงแต่เกี่ยวข้องกับผลประโยชน์ของบริษัทเท่านั้น แต่ยังรวมไปถึงผลประโยชน์ส่วนตัวในการทำให้งานขายง่ายขึ้นด้วย การเปลี่ยนแปลงเพื่องานขายนี้จะเพิ่มยอดขาย ผลผลิต และรายได้ โดยเพิ่มความพึงพอใจในงานเมื่อความสำเร็จในการขายเพิ่มขึ้น

ในการพัฒนาพนักงานขายให้เข้าใจถึงขั้นตอนการขายที่ต้องปรับเปลี่ยนให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลง เนื้อหาการฝึกอบรม จำเป็นต้องมีการพัฒนา ด้วยการนำเครื่องมือที่จะช่วยให้พนักงานขายนำมาใช้ในการวิเคราะห์กระบวนการขายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

8 ขั้นตอนการเป็นนักขายมืออาชีพ-พลัส (8 Steps of Professional Selling Skills-Plus) ถูกออกแบบตามแนวทางการบริหารการเปลี่ยนแปลง ทำให้พนักงานขายมีเครื่องมือในการวิเคราะห์การขาย ทำให้มั่นใจว่าจะสามารถที่จะปิดการขาย ถึงแม้ในสถานการณ์ที่ต้องเผชิญกับการแข่งขันที่มากขึ้นก็ตาม

ซึ่ง 8 ขั้นตอนการเป็นนักขายมืออาชีพ-พลัส มีขั้นตอนการขาย ดังต่อไปนี้:

- 1.การเตรียมความพร้อม
- 2.การค้นหาโอกาสในการขาย
- 3.การสร้างสัมพันธ์กับลูกค้าเป้าหมาย
- 4.การเปิดใจลูกค้า
- 5.การนำเสนอ และการเล่าเรื่อง
- 6.การแก้ข้อโต้แย้งและการเจรจาต่อรอง
- 7.การปิดการขาย
- 8.การติดตามผล

ซึ่งกระบวนการพัฒนาพนักงานขายจำเป็นต้องใช้เครื่องมือ เพื่อให้ผู้จัดการฝ่ายขายและพนักงานขายสามารถนำไปใช้ในการวิเคราะห์ขั้นตอนการขายของตนเอง เพื่อเข้าใจรายละเอียดของการขายได้อย่างชัดเจน ซึ่งเครื่องมือนี้ถูกเรียกว่า Sales Move Analysis (SMA)

Sales Move Analysis (SMA) เป็นเครื่องมือที่ถูกนำมาใช้ในการวิเคราะห์ สถานการณ์ที่พนักงานขายกำลังเผชิญอยู่ ซึ่งมีองค์ประกอบที่ครบทุกด้านในการขาย เช่นการวิเคราะห์ลูกค้า วิเคราะห์ขั้นตอนการขาย วิเคราะห์ ปัจจัยความสำเร็จในการขายของพนักงานขาย เป็นต้น

ดังนั้น การบริหารการเปลี่ยนแปลง เพื่อผลสำเร็จในงานขาย จะช่วยขับเคลื่อนผลกำไรผ่านประสิทธิภาพการขาย ที่ถูกปรับเปลี่ยนจากเดิม ด้วยเครื่องมือการบริหารการเปลี่ยนแปลงเพื่องานขายที่มีประสิทธิภาพ แต่สามารถสนับสนุนพนักงานขาย และ ผู้จัดการฝ่ายขายทุกคนในแผนกขาย ให้บรรลุบทบาทของตนได้รวดเร็วยิ่งขึ้น การบริหารการเปลี่ยนแปลงเพื่องานขาย ยังช่วยให้พนักงานขาย มีช่องทางการขายใหม่ ๆ ไม่ซ้ำ ได้ผลลัพธ์ที่ดี ทั้ง ออนไลน์และออฟไลน์ และเมื่อกระบวนการบริหารการเปลี่ยนแปลงใหม่ ถูกพัฒนาจนเป็นวัฒนธรรมองค์กร จะสามารถทำงานการขายได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น สร้างผลสำเร็จในงานขายได้...ลุยเลย รอไร..



คลิกชม เนื้อหา หลักสูตร 8 ขั้นตอน
การเป็นนักขายมืออาชีพ-พลัส

ดร.สุรชัย โภษิตบวรชัย

- ได้รับการ Certified Trainer จากประเทศสหรัฐอเมริกา อังกฤษ และญี่ปุ่น
- นักเรียนทุนรัฐบาลญี่ปุ่น เพื่อไป Certified ให้เป็นวิทยากรสอนหลักสูตรการบริหารจัดการ
- เรียน จบการศึกษาด้านการเจรจาต่อรองและการเจรจาต่อรองชั้นสูงจาก Notre Dame University
- เรียนจบ เรื่องการขายและการบริหารทีมขาย จาก University of San Francisco ประเทศสหรัฐอเมริกา
- ประสบ การณ์ทำงาน เคยเป็นผู้บริหาร 1 ใน 500 Fortune จากประเทศสหรัฐอเมริกา



LINE : @dr.surachai



ราคา 250 บาท