

Sales Tactic & Sales Closing

ทีมพ่อค้า แม่ค้าตัวจริง “ชีวาทัย”

CHEWATHAI

ทบทวนองค์ความรู้

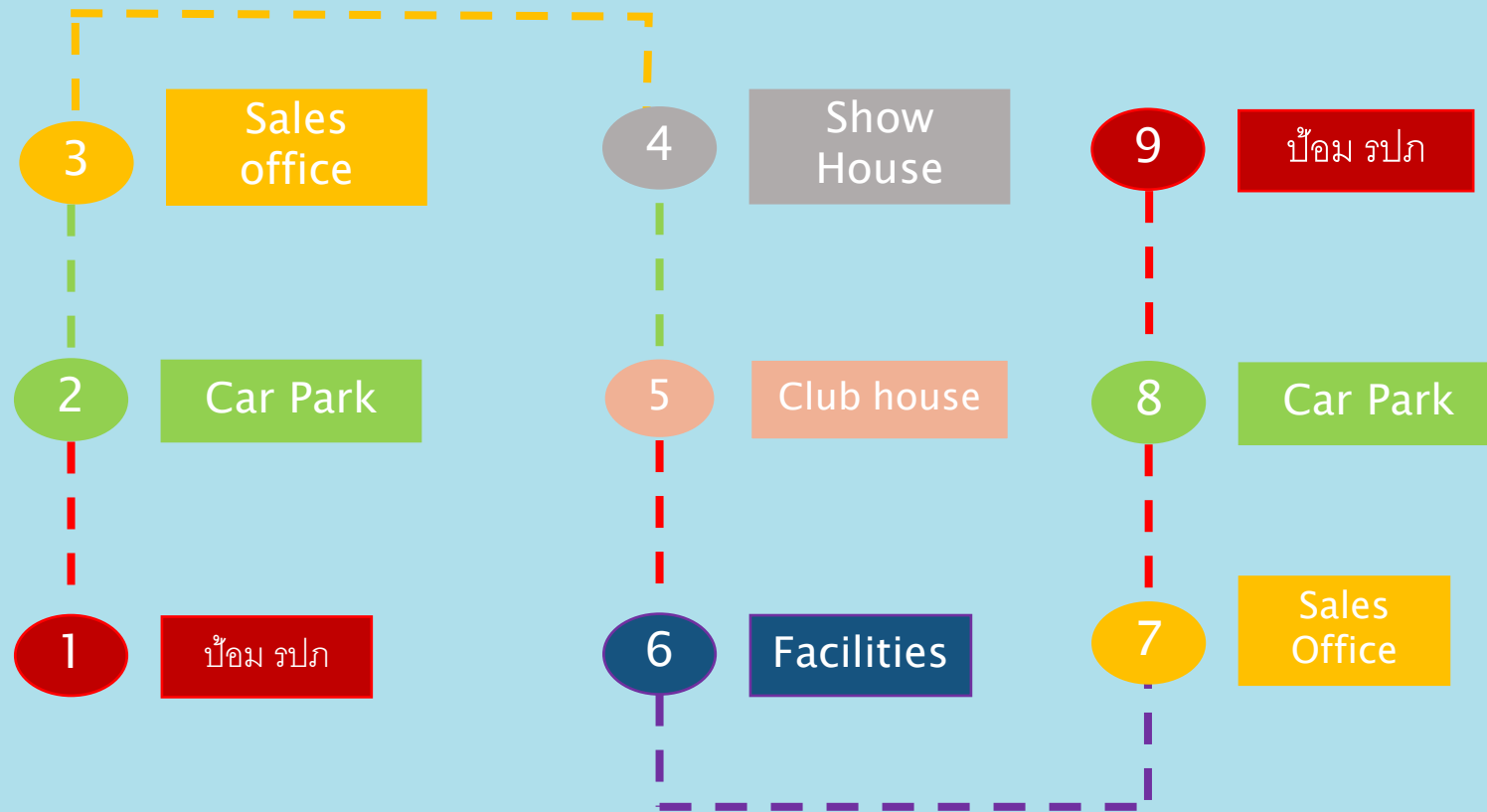
Sales Step

ขั้นตอนการเสนอขาย >>> ปิดการขาย

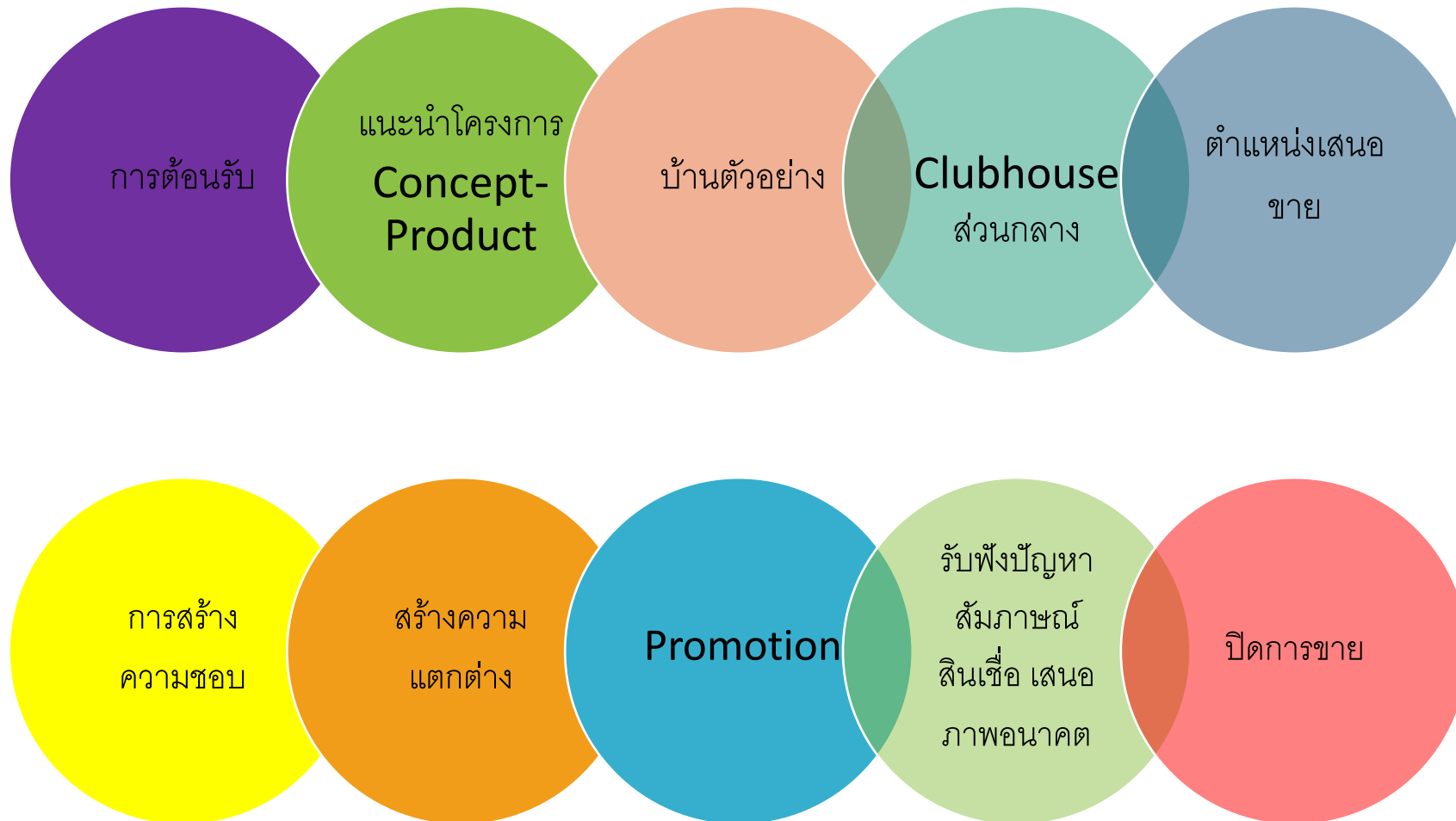
องค์ความรู้ เบื้องต้น ที่ควรทราบก่อนลงปฏิบัติ

1. ทำเล ที่ตั้ง
2. ขนาดโครงการ
3. **Concept Project**
4. ผังขาย **Master Plan**
5. แบบบ้าน **Product**
6. ขนาดที่ดิน พื้นที่ใช้สอยบ้าน
7. สเปควัสดุ
8. ตำแหน่งแปลงขาย
9. สิ่งอำนวยความสะดวกในโครงการ **clubhouse Facilities**
10. สระว่ายน้ำ ฟิตเนส อื่น ๆ
11. **Layout** ระยะ รอบตัวบ้าน ขนาดมิเตอร์ไฟฟ้า ประปา
12. ราคา เงื่อนไขการชำระเงินจอง — สัญญา เงินดาวน์
13. **Promotion** ของแถม รายละเอียด ขนาดแอร์ และค่าใช้จ่ายวันโอนฯ ต่าง ๆ
14. อัตราดอกเบี้ย — อัตราการผ่อน-LTV กรณีลูกค้ามีภาระผ่อน
15. คู่แข่งขัน

Sales Step & CUSTOMER JOURNEY 9 ROUTE



ภาพรวม 10 ขั้นตอนการเสนอขาย



การต้อนรับ

Service @ ป้อมรปภ.

ทักทายทำความเคารพ

1 สวัสดีครับ โครงการ ชีวาโฮม... ยินดีต้อนรับครับ

2 **คุณท่าน**.....ต้องการติดต่อส่วนไหนครับ

2.1 ไม่ทราบว่า**คุณท่าน**.....มาที่ท่าน ขออนุญาตวัดอุณหภูมิ (ถ้ามี) (ทุกท่านที่มาเยี่ยมชม)

2.2 **คุณท่าน**.....ได้ทำการนัดหมาย เจ้าหน้าที่ท่านไหนไว้หรือเปล่าครับ (พร้อมแลกบัตร)

* กรณี วอ. **Code**

A : ลูกค้าไม่ได้นัดหมาย

B : ลูกค้านัดหมาย

C : ลูกบ้าน/โอนแล้ว/จองแล้ว

2.3 แจ้งยี่ห้อรถยนต์ / ทะเบียนรถ / จำนวนคน.....ก็ท่าน

3 แนะนำเส้นทางจุดจอดรถยนต์

3.1 ขออนุญาตแนะนำเส้นทาง

3.2 สำนักงานขายตรงไป 10 เมตร ฟังขวามือ มีรปภ. อำนวยความสะดวก

3.3 **standby** อธิบาย จุดจอดรถ ->



กระบวนการต้อนรับลูกค้าที่สำนักงานขาย

Sales Gallery

ลูกค้าจอดรถ

- -Doorman รปภ . กางร่มสนามบริการลูกค้า ส่งมาที่หน้า สำนักงานขาย
- -**ผู้เสนอขายมา** ยืนรอ....ต้อนรับลูกค้า โดยให้เดินมาที่รถของลูกค้าและ ” ยกมือไหว้ “ กล่าวคำว่า "สวัสดีค่ะ (ชื่อโครงการ.....) ยินดีต้อนรับค่ะ"
- เรียนเชิญคุณลูกค้าเข้า สำนักงานขาย เชิญ ด้านนี้ได้เลยคะ “ หน้าสำนักงานขาย “
- -ลูกค้าเดินมาถึงหน้าสำนักงานขายแม่บ้านเตรียมรองเท้าสลิปเปอร์
- - ฝ่ายขายเปิดประตูให้กับลูกค้า "เรียนเชิญห้องรับรองด้านในได้เลยคะ" ยืนรอจนกว่าลูกค้าจะเดินเข้าไปในสำนักงานขายทั้งหมด แล้วจึงเดินตามเข้าไป แจ้งจุดนั่งพักผ่อน

แม่บ้าน

- -แม่บ้านเตรียมเสิร์ฟน้ำ ให้กับลูกค้า

กระบวนการต้อนรับลูกค้าที่สำนักงานขาย

พ่อค้า...แม่ค้า

Ice Breack

- - ฝ่ายขายแนะนำตัว กรณีที่ไม่รู้จักกันมาก่อน “ (แจ้ง ชื่อ....) เพื่อให้ผ่อนคลายและรู้จักกันในช่วงเริ่มต้น ก่อน
- ขออนุญาตลูกค้า กรอกแบบสอบถามโครงการ / Questionair สักครู่นะคะ
- ขออนุญาต “นั่ง” ค่ะ ขอทบทวนแบบสอบถาม ชื่อ เบอร์ติดต่อ
- ชื่อ / ความต้องการ / และอื่น ๆ เบื้องต้น
- ให้ลูกค้าเซ็นต์หรือ Scan QR Code เพื่อยินยอม (PDPA)
- และสอบถามชื่อ เล่น ลูกค้า เพื่อที่จะใช้เรียกตลอดการ สนทนา
- แนะนำบริษัท ฯ “โครงการของเราเป็นของบริษัท ชีวาทัย จก. (มหาชน) ค่ะ ซึ่งมีโครงการทั้งแนวราบ และคอนโด ค่ะ ด้วยประสบการณ์กว่า.... 14....ปี ลูกค้าสบายใจได้ ในคุณภาพและประสบการณ์ที่ผ่านมาค่ะ “วันนี้ขอแนะนำโครงการ..... ค่ะ
- หลังจากนั้น แนะนำโครงการ Concept Project แนะนำโดย Sales Kit
- แนะนำ แบบบ้าน Facilities มีอะไรบ้าง

ขั้นตอนการเสนอขายบ้านช่วงแนะนำโครงการเบื้องต้น

Concept Project

- แนะนำโครงการ แนวคิดในการออกแบบ คืออะไร “ โครงการชีวาโฮม กรุงเทพ ปทุม ออกแบบโครงการสไตล์ นีวออร์ก โดยผสมผสาน รูปแบบ และดีไซน์ ออกแบบ มีเอกลักษณ์ พิเศษ ไม่เหมือนใคร
- พร้อม CLUB House สวนพักผ่อน สระว่ายน้ำ ให้ตอบรับการอยู่อาศัยด้วยจำนวนเพียง 333 ยูนิต
- เพื่อให้ลูกค้า ทราบ การออกแบบ Concept การ Design

Product

- แบบบ้าน เสนอขาย ปัจจุบัน มี 2 แบบ
- แบบที่ 1 ทาวน์โฮม แบบเริ่มต้น หน้ากว้าง 5.7 ม พื้นที่ใช้สอย..... ขนาด.....ก๊นอน กี่ห้องน้ำ ขนาด 1 จอด จุดเด่น
- แบบที่ 2 ทาวน์โฮม เป็น แนวคิดใหม่ เน้นความ Privacy หน้ากว้าง 8 เมตร ขนาดพื้นที่ใช้สอย มี ก๊นอน กี่น้ำ คร่าว ๆ ขนาด 2 จอดรถ
- บอกจุดเด่น ๆ ในแบบ คร่าว ๆ และค่อยลงรายละเอียด ตอนพาชชมบ้านตัวอย่าง

LOCATION

- โครงการเรา ตั้งอยู่บน ถนน กรุงเทพ-ปทุม ตัดถนนใหญ่ ค่ะ
- สำคัญคือ ใกล้ทางด่วน ศรีสมาน ใช้เวลาเพียง 10 นาทีเท่านั้น
- ใกล้รถไฟฟ้าสายสีชมพู สถานี “ทะเลสาบเมืองทอง และ อิมแพค เมืองทองธานี “ เป็นต้น ระยะทางประมาณเพียง 5 กม จากโครงการ
- สถานที่สำคัญ ใกล้เมืองใหญ่ ๆ เช่น กรุงเทพฯ นนทบุรี อยุธยา
- ใกล้ ถนนราชพฤกษ์ ที่สามารถวิ่งเข้าในเมือง เพชรเกษม สาทร สีลม หากไม่ต้องการใช้ทางด่วน และถนนตัดใหม่ 346 ไป ติวานนท์รังสิตได้ค่ะ
- ใกล้แหล่ง shopping ห้างสรรพสินค้า หรือ โรงเรียน นานาชาติ นะคะ

การพาสมบ้านตัวอย่าง Clubhouse

ขั้นตอนการเสนอขายบ้าน ในแต่ละแบบ

แนะนำแบบบ้าน

- พาลูกค้า ชมทุกแบบ เริ่มจากแบบเริ่มต้น ให้ครบ พร้อมอธิบาย ครบทุกฟังก์ชัน ขนาดพื้นที่ใช้สอย และอื่น ๆ
- เมื่อพาชมบ้านตัวอย่าง **Present** ฟังก์ชัน สำคัญ ๆ หน้าที่ว่าง เท่าไหร่ “ไม่ทราบครอบครัวใหญ่ไหมคะ” **3-4** ท่านนะคะ เหมาะกับแบบนี้มาก ๆ ค่ะ
- **Spec** วัสดุ ต้องทราบ เพื่อ ตอบคำถามได้ในช่วงสนทนา เช่นพื้น กระเบื้อง สุขภัณฑ์ ห้องน้ำยี่ห้อ ประตูหน้าต่าง เสาค้ำ **Precast** เป็นต้น
- หน้าต่าง หรือวัสดุที่ใช้ จะออกแบบให้โปร่งมาก สังเกตได้จากบ้านที่สว่าง ไม่ต้องเปิดไฟเลยนะคะ
- ช่วงนี้ให้ลูกค้าสัมผัส พื้นที่ ขนาดที่เหมาะสมกับครอบครัวใหม่ ต้องการห้องอะไรเป็นพิเศษ ที่สามารถดัดแปลง และนำเสนอช่วงระหว่างสนทนา

เสริมจุดเด่น จุดสำคัญ

- ในแต่ละแบบมีส่วนสำคัญ ในแต่ละแบบ ก็ห้องนอน ก็ห้องน้ำ จอดรถได้.....กี่คัน ห้องนอน **Master** ความสูงของพื้นถึงฝ้า.....เมตรที่ออกแบบให้ลูกค้า ออกแบบพื้นที่การใช้งานได้เพิ่มเติม
- แบบนี้ ตำแหน่งหน้าบ้านไม่ชนใครคะ จอดรถได้ถึง **4** คัน เป็นต้น ตำแหน่งเข็มหลัง ขนาดเท่าตัว บ้านที่มีโรงรถ พร้อมผนัง **3** ด้าน รองรับรถต่อเติมได้ หรือจะดีไซน์ เป็น พื้นที่สวนแบบ **Outdoor** ก็ได้นะคะ
- ขยายความสำคัญ ในแต่ละ ชั้น แต่ละห้อง ห้องนอนขนาดใหญ่ที่กว้าง กี่ตรม. พร้อมทั้งคุณภาพบ้านที่ได้รับการตรวจจาก **QC** มาเรียบร้อยแล้ว
- หรือ ชักถาม เพื่อให้ทราบความต้องการ ว่าเหมาะสมกับแบบที่เสนอ หรือไม่

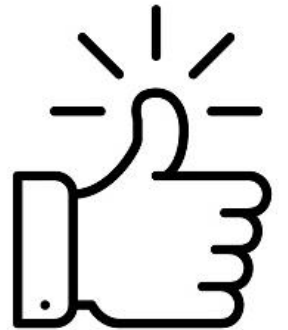
เลือกตำแหน่ง แปลง

- ตำแหน่งที่เสนอขาย จะประกอบ ทิศ..... เป็นทิศทางที่รับลม และแสงแดด ความร่มรื่น แปลงมุม หรือริมไม่ติดใคร
- มีจำนวน กี่หลัง ใน **1 Block** ข้อดี คืออะไร เช่น **KP** แบบ **Charleston** หน้ากว้าง **8** ม ตำแหน่งใกล้สวน **Clubhouse** ประกอบกับ **1 cluster** มีเพียง **4** ยูนิต แบบ **Privacy** มาก ๆ
- พาชมตำแหน่ง และเสนอจุดดี จุดเด่น เช่น ทิศเหนือไม่ร้อน ทิศใต้รับรอง เหลือจำนวน ไม่กี่หลัง แถม ด้านหน้าใกล้ถนนเมน ใกล้สวน หน้าบ้านไม่ชนใคร พร้อม ราคาพิเศษ..... เหลือ เพียงจำนวน จำกัด แอบให้ข้อมูลแบบให้รับพิจารณา

เทคนิค เสริม FABE

จุดเด่น และส่วนสำคัญ

- ❑ ห้อง **Multi Purpost** เอนกประสงค์ ชั้นล่าง สำหรับ **Live** ขายของ **Online** หรือทำงานช่วง **WFH**
- ❑ **Double Kitchen** พร้อม ผักรองรับ ส่วนต่อเติม ครัวไทยแบ่งสัดส่วน ลดต้นทุนในการตกแต่ง
- ❑ มีเข็ม รองรับ พร้อม ผืนที่ตีไชน์ รับรองกับงานส่วนต่อเติม หลังบ้าน ประหยัดงบประมาณ
- ❑ **Floor To Ceiling** ฝ้า ความสูง ถึง..... เมตร (แล้วแต่ละแบบโครงการกำหนด) เพิ่มการออกแบบ เพิ่มพื้นที่ใช้สอยเพิ่มได้
- ❑ ระบบไฟฟ้ารองรับ การติดตั้งสำหรับรถ **EV Charger** ขนาดกี่.....เฟส
- ❑ **TWO & Triple Master** ในบางแบบ ได้ถึง **2-3** ห้อง /รองรับครอบครัวของคุณลูกค้า ทั้ง ชั้นบน และชั้นล่าง
- ❑ กับขนาดห้องนอน **Master** ที่กว้าง พร้อม **Walk In Closet & Private Corner** ระเบียบส่วนตัว ทำมุนั่งเล่นส่วนตัวได้
- ❑ ห้องนอนขนาดใหญ่ พร้อมสามารถ ปรับให้ห้อง **Connect** เชื่อมกันได้ ในอนาคต
- ❑ พิเศษ มาก ๆ โครงการออกแบบตำแหน่ง หน้าบ้านแต่ละหลัง จะเป็นอิสระ หน้าถนนเมนที่ใหญ่ทั้งโครงการ ไม่ชนหน้าบ้านใคร
- ❑ ฟังก์ชัน กว้างและใหญ่ ถ้าเทียบกับโครงการอื่น ๆ ในทำเลเดียวกัน
- ❑ เมื่อเสนอแบบบ้าน สร้างความมาตรฐาน & แตกต่าง พร้อมจุดเด่น **FABE** ต่อไปสร้าง และทราบความต้องการแล้ว
- ❑ พาลูกค้าขึ้นรถกอล์ฟ พาชม **CLUB HOUSE** และตำแหน่งที่จะเสนอขาย “ บ้านพร้อมขาย **Stock** “



ดูแบบบ้านครบทุกแบบ
เราหาความต้องการ และ วิเคราะห์ลูกค้า

8 คำถามหลัก เพื่อค้นหาความต้องการของลูกค้า

1. การซื้อครั้งนี้เพื่อ อยู่อาศัยเองหรือลงทุน ?

2. เคยเห็น สื่อ หรือ **Website** บริษัท เข้าชมโครงการไหนบ้าง ?

3. ปัจจุบันที่พักอาศัยเป็นรูปแบบใด ?

4. การซื้อครั้งนี้ต้องการเพิ่มพื้นที่ใช้สอย, ขยับขยายครอบครัว หรือ เปลี่ยนทำเล ?

5. การเดินทางประจำวันใช้ แบบไหนคะ ขั้บรถยนต์ส่วนตัวเป็นหลัก ใช้ทางด่วนไหม ?

6. ปกติ บ้าน หรือ ที่ทำงาน / ทำเลนี้อยู่แล้วหรือไม่เปล้า ค่ะ ?

7. ที่พักอาศัยประมาณ กี่ท่านคะ มีน้องเล็ก ๆ หรือมีลูกหรือยังคะ (จำนวนผู้พัก)

8.งบประมาณในการซื้อเท่าไร ? /ไม่ควรใช้เป็นคำถามแรกในการสนทนา



เทคนิคเพิ่มเติม

- ❑ ค้นหาความต้องการลูกค้า ชอบแบบบ้านไหน เช่น
- ❑ สอบถาม สังเกต ดูปฏิกิริยา

ลูกค้าฟังไม่เก่ง

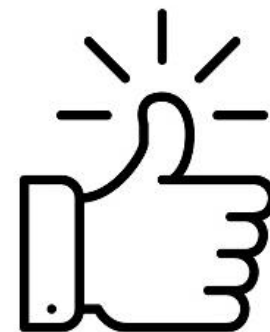
- ❑ อาจโยนคำถามบ้าง เป็นจังหวะๆ ให้ข้อมูลการขาย เป็นจังหวะ และทำให้ลูกค้าสนใจ สบายใจ ที่พูดคุยกับเรา ให้มากที่สุด
- ❑ เช่น เรียนถามนินะคะ ปกติอยู่กันกี่ท่านคะ หรือมีลูกหรือยังคะ หรือ น้องๆ โตหรือยังคะ อายุประมาณ เท่าไหร่ ชอบทำอาหาร ปลูกต้นไม้
- ❑ หรือใช้วิธียกตัวอย่าง จากลูกค้าท่านอื่น

ลูกค้า ติดใจ.....ช่างวิพากษ์ วิจารณ์

- ❑ หรือ เล่าปัญหาที่เจอของตนเองให้ฟัง ให้เรารับฟัง อย่าเพิ่งโต้แย้งกลับทันที ให้รับฟังที่ดี และรู้สึกที่เราเข้าใจในปัญหาเค้ามามากๆ
- ❑ และ ให้ข้อมูลเชิงบวกกลับ เป็นจังหวะ และยินดีฟังสิ่งที่วิจารณ์ เพราะลูกค้ากลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่ชอบให้มีคนรับฟัง และเข้าใจปัญหาของเค้ามาก่อน หลังจากนั้นค่อยหาจังหวะ ชี้แจงเชิงบวก และเสนอขายต่อ ลูกค้าก็จะเริ่มรับฟังเรามากขึ้น
- ❑ ลูกค้าที่ติ เก่ง บ่อยครั้งจะซื้อ

ค้นหาผู้ตัดสินใจ คนมีอำนาจ ตัดสินใจที่สุด หรือผู้ที่มีอิทธิพล เช่นลูกๆ คุณพ่อ คุณแม่ ภรรยา

- ❑ ถ้าลูกค้าไม่พูดถึง การเปรียบเทียบ หรือคู่แข่ง น้องชาย ไม่ต้องยกเรื่องนี้มาเจรจา นะคะ เพราะบางครั้งลูกค้าชอบ เราเรียบร้อยแล้ว
- ❑ หากลูกค้าพูดถึงก่อน เรา มีข้อมูล เพื่อ **Compair** เปรียบเทียบให้ลูกค้าพิจารณาได้เช่นเดียวกัน แบบสร้างสรรค์ แต่ให้มุมคิด เชิงบวกกลับ



วิธี เช็คความต้องการลูกค้า

- ☐ นำเสนอแบบบ้าน กับ งบประมาณ ให้ตรงกับความต้องการลูกค้า
- ☐ นำเสนอ จุดเด่น ของแต่ละแบบ ที่เหมาะกับ **Life style** ลูกค้า เช่น ลูกค้าขาย **Online** ต้องการพื้นที่ **Live** หรือเก็บ **Stock**
- ☐ ถ้า บางแบบยังไม่ถูกใจ สอบถาม หรือชวนพูดคุย เพื่อให้ทราบสิ่งที่ยังกังวลใจ หรือสิ่งที่ต้องการ
- ☐ สังเกต สิ่งที่ลูกค้าสนใจ หรือสิ่งที่ลูกค้าพูดถึง และต้องการคำตอบ เช่น ลูกค้า ถามว่า “ **ที่นี่อนุญาตจอดรถหน้าบ้านไหมคะ** ”
- ☐ ความหมาย อาจ ไม่ชอบ ให้มีการจอดรถหน้าบ้าน หรือ ตัวลูกค้าเองมีรถหลายคัน ต้องการหาพื้นที่จอดรถ
- ☐ ดังนั้น เราต้อง แนะนำให้ตรงใจ เช่น ระเบียบการพักอาศัยอนุญาตให้ลูกค้าจอดรถได้ตามจำนวนแบบบ้านที่กำหนด จำนวนการจอด นะคะ
- ☐ แต่ ถ้าลูกค้ามีรถจำนวนมาก แนะนำแบบนี้ ค่ะ หน้ากว้าง ที่ดินใหญ่ขึ้น สามารถจอดรถได้ถึง **4** คัน
- ☐ ดูแล้ว ไม่ทราบว่าลูกค้าชอบแบบบ้าน รุ่นไหนคะ
- ☒ ถ้าพบลูกค้า ที่ไม่ตัดสินใจไม่ได้ ให้เราเป็นผู้นำเสนอค่ะ “ แบบนี้ เหมาะกับลูกค้า นะคะ และเป็นแบบที่ขายดี ฟังก์ชันครบค่ะ”
- ☐ แล้วดู **Feedback** เพื่อคำถามต่อไป เพื่อเราต้องทราบก่อนว่าสนใจแบบบ้าน แบบไหน

จิตวิทยาผู้บริโภค
สร้างความชอบ ความแตกต่าง เสนอ Promotion



ขั้นตอนการทำ จิตวิทยาผู้บริโภค

การสร้าง ความชอบ

- ขั้นตอนนี้ นอกจาก เราต้องทำให้ลูกค้า ชอบ แบบบ้าน โครงการ ทำเล แล้ว ยังต้องให้ลูกค้าชอบ “ตัวเรา” ด้วย นะคะ
- เสนอสินค้าแบบไม่ยัดเยียด แต่ ให้รู้สึกสบายใจ โดยเราให้ข้อมูลที่ดี แก่ลูกค้า / เป็นมิตร / ไว้วางใจที่จะพูดคุย ปรีक्षाเราทุกเรื่อง ตลอดการสนทนา
- บริการแบบ **Friendsumer** อบอุ่นใจ และ สบายใจ พร้อมไว้วางใจ คำพูด น้ำเสียง วิธีการเสนอ เป็นสิ่งสำคัญ
- โดย ใส่ข้อมูลที่เป็น **Positive** ต่าง ๆ ให้สอดคล้องกับ ตัวลูกค้า โดย สังเกตลูกค้า สนใจอะไรเป็นพิเศษ เสริมข้อมูลนั้น ให้ตรงใจ ที่สุด เช่น
- ตัวอย่าง เป็นวิศวกร สนใจเรื่อง วัสดุ / สนใจ ราคา โปร ชอบความคุ้มค่า หรือเคยซื้อบ้านแล้ว เจอประสบการณ์ไม่ดี ลักษณะนี้ เราต้องให้ข้อมูลจริงใจ

วิเคราะห์ ลูกค้า สร้างความแตกต่าง

- เมื่อทราบความชอบ ของลูกค้าแล้ว และลูกค้าก็ชอบเราแล้ว
- การวิเคราะห์ลูกค้าเป็นส่วนสำคัญ ว่า สิ่งที่ลูกค้าเปรียบเทียบกับของโครงการฯ เราชนะไหม หรือเรามีจุดไหนที่ดีกว่า เหนือกว่า
- เสริมข้อมูลเชิง บวก เมื่อเกิดการเปรียบเทียบกับคู่แข่ง หรือเปรียบเทียบกับคู่แข่ง ระหว่างแบบบ้าน เอง ในโครงการ
- ชนะ เรื่อง ของทำเล หรือจุดแข็งของ **Product** หรือ ความได้เปรียบ ในเรื่องต่าง ๆ เสริมช่วงสนทนา เพื่อให้ลูกค้าติดตาม
- **การสร้างภาพอนาคต** ราคาประเมิน การเจริญเติบโตทำเล ให้ข้อมูลเชิงบวก ๆ
- ตำแหน่งแปลง ที่เสนอขาย แตกต่าง จาก แปลงอื่น ได้อย่างไร เช่น เน้นบ้านเลขที่ สายมู เน้นหน้าบ้านไม่ชนใคร

Promotion

- ขั้นตอนการเสนอราคาขาย เมื่อทราบว่าสนใจแปลง และแบบไหน
- ราคา และ **Promotion** พิเศษ การชำระเงินต่าง ๆ เงินจอง เงินทำสัญญา เงินผ่อนดาวน์ เงินส่วนที่เหลือ (ซื้อสด / สินเชื่อ)
- ค่าใช้จ่าย ในการซื้อบ้าน (ค่าธรรมเนียมการโอน ค่าส่วนกลางกำหนดชำระ....กี่ปี ค่ามิเตอร์ไฟฟ้าประจำ / พร้อมขนาด ค่าจดจำนองกรณีกู้ธนาคาร
- โปรโมชั่น ที่แถมมีอะไรบ้าง (ขนาดเครื่องปรับอากาศ หรืออื่น ๆ ตาม **Campaign** ช่วงนั้น ๆ)
- เทคนิค การเสนอ โปรฯ หรือส่วนลด ต้องมีขั้นตอนการเสนอขาย ไม่จำเป็นจะต้อง...เทหมด หน้าดัก



จิตวิทยาผู้บริโภค
ค้นหาปัญหา สินเชื่อ เสนอภาพอนาคต





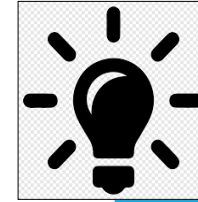
รับฟังปัญหา แก้ไข

- **Consult** แบบให้คำแนะนำ
- แก้ ข้อโต้แย้ง
- ปัญหา...ที่ลูกค้าพบเจอ
- คลาย..ข้อกังวลใจ หาคำตอบให้
- รอยยิ้มที่น้อย
- ผ่อนไม่ไหว
- รายได้ไม่พอ ไม่มีผู้กู้ร่วม
- คนตัดสินใจร่วมไม่มา
- เคยๆ ไม่รีบร้อน เก็บแต่ข้อมูล



สัมภาษณ์ สินเชื่อ

- อาชีพ
- รายได้
- ภาระ แบ่งเป็นอะไรบ้าง
- บัตรเครดิต
- ผ่อนรถ
- ผ่อนบ้าน
- ค่าประกัน
- **Personal Loan**
- หนี้ กยศ.
- ดอกเบี้ย
- วงเงินที่จะขอธนาคาร



เสนอภาพอนาคต

- ทำเลที่ตั้งสร้างโอกาส
- ราคาขายในตลาด
- ราคาประเมินธนาคาร
- ปล่อยขาย — เช่า ได้
- คุณภาพ งานก่อสร้าง
- การรับประกัน
- การบริการ **Service**
- **Chewa care**
- **Security**

การรับฟังปัญหา - แก้ไข - ลูกค้าแต่ละประเภท

รับฟังปัญหา แก้ไข

- **Consult** แบบให้คำแนะนำ
- แก้ ข้อโต้แย้ง
- ปัญหา...ที่ลูกค้าพบเจอ
- คลาย..ข้อกังวลใจ หาคำตอบให้
- รอญาติพี่น้อง
- ผ่อนไม่ไหว
- รายได้ไม่พอ ไม่มีผู้กู้ร่วม
- คนตัดสินใจร่วมไม่มา
- เฉยๆ ไม่รีบร้อน เก็บแต่ข้อมูล

ยกตัวอย่าง เช่น

- ปัญหาเดิมของลูกค้าคืออะไร เช่น เรื่องการเลี้ยงนัข เพื่อนบ้านเดิมรบกวน กัน ... ที่นี้ ลูกค้าจะเลี้ยงสุนัขเล็กคะ อยู่แค่ภายในบ้าน
- ปัญหาเดิมของลูกค้า เจอปัญหาจอตลอดกะกะ เพื่อนบ้านไม่เกรงใจ... เรามีระเบียบการบริหารชุมชน สบายใจได้คะ
- ปัญหาต่อเติมข้างบ้าน หรือหลุด แก้ไขไม่จบ ให้ข้อมูลวิธีการทำงานของช่างโครงการ หรือเชิญ **Home Care**ช่วยให้คำแนะนำให้ได้
- ปัญหาคุณภาพบ้านเดิม หรือ อื่น ๆเชิญผู้ชำนาญการ วิศวกรฝ่ายก่อสร้างให้คำแนะนำ
- ปัญหา กังวลเรื่องการมีภาระในการผ่อน หรือยังไม่พร้อม.....แนะนำเรื่องอัตราผ่อน ดอกเบี้ย และแนวโน้ม ปิดภาระ ผ่อนบ้านทางเดียว
- รอญาติ พี่น้อง ตัดสินใจไม่ได้ โยนคำถาม ปกติ อยู่กัน **2** คนหรือเปล่าคะ หรือคุณแม่มาอยู่ด้วย เพื่อโยนคำถามต่อ และคำแนะนำต่อ
- รายได้ไม่พอ ไม่มีผู้กู้ร่วมสัมภาษณ์ แบบเชิงลึก และแนะนำวิธีการแก้ไข
- ถ้าลูกค้าไม่พูดเปรียบเทียบคู่แข่งกัน ไม่ต้อง **Present** เปรียบเทียบ นะคะ เพราะลูกค้าอาจคล้อยตามและจะจบ เป็นลูกค้าแล้ว
- แต่ถ้าลูกค้าพูดว่า เปรียบเทียบกับคู่แข่งกัน แลวไหน ให้ถามข้อมูลกลับ ดูที่ไหน ราคา แบบ เพื่อเราจะวิเคราะห์เปรียบเทียบลูกค้าต่อไป
- คนตัดสินใจร่วมไม่มาด้วย.....เสียดายคะ โปรโมชันนี้ มีจำนวนจำกัด มาก หรือจะล็อกแปลงไว้แค่บางส่วนไหมคะ และนัดหมายให้มาตัดสินใจอีกที เพราะยังเปลี่ยนหรือย้ายตำแหน่งแปลงได้ ค่ะ
- เฉย ๆ ไม่รีบร้อน.....ให้ข้อมูลเชิง จำนวน ปริมาณ และความคุ้ม ว่าทำไมต้องซื้อช่วงระหว่างนี้ ฝากเป็นข้อมูลให้พิจารณา หรือหาให้เจอ ในความคิดลูกค้าว่ายังกังวลอะไร ที่ทำให้ยังไม่รีบ พิจารณาหรือเปล่า



การสัมภาษณ์สินเชื่อ - ลูกค้าแต่ละประเภท

สัมภาษณ์ สินเชื่อ

- อาชีพ
- รายได้
- ภาระ แบ่งเป็นอะไรบ้าง
- บัตรเครดิต
- ผ่อนรถ
- ผ่อนบ้าน
- ค่าประกัน
- **Personal Loan**
- หนี้ กยศ.
- ดอกเบี้ย
- วงเงินที่ขอธนาคาร

ยกตัวอย่าง เช่น ต้องใช้คำว่า “ขออนุญาต” ทุกครั้ง

ต้องสอบถามอาชีพของลูกค้า ทุกครั้ง

- ทำงานประจำ หรือ กิจการส่วนตัวคะ หรือ **Freelance** อาชีพอิสระ หรือ ขายของ **Online** ฯลฯ
- ถ้าเป็น อาชีพอิสระ หรือขายของ **Online** ต้องสอบถาม อายุงานทำ.....กี่ปี เอกสารที่จะใช้ธนาคารฯ **Statement**
- ภาระหนี้ที่ลูกค้าแต่ละราย มีอะไรบ้าง เช่น หนี้รถ ผ่อนบ้านเดิม **LTV** ผ่อนบัตรเครดิต สินเชื่อเงินสด **PL**
- ลูกค้าจะสอบถามเรื่องการผ่อนชำระรายเดือน อัตราดอกเบี้ย วิธีการปิดภาระหนี้ เพื่อประกอบการตัดสินใจ
- วงเงินที่ จะ ขอกู้ + ส่วนต่าง มีขั้นตอนอะไรบ้าง จากธนาคาร พร้อมแนะนำวิธีการ
- เงื่อนไข หากยื่นธนาคารไม่ผ่าน ทางโครงการมีเงื่อนไข คืนเงินจองให้ **80%** หลังจากทราบผลคะ
- หมายเหตุ หากไม่ชำนาญ ในการให้คำแนะนำเรื่องนี้ ???
- ทางโครงการมีเจ้าหน้าที่ สินเชื่อให้คำแนะนำได้ อาจให้คุยกับ เจ้าหน้าที่ขาย หรือธนาคาร แนะนำ
- ขอให้บันทึก ข้อมูล รายได้ ภาระ ลูกค้า เพื่อประกอบ ในการทำเรื่องจอง และวิเคราะห์สินเชื่อต่อไป
- หรือให้กรอกแบบสัมภาษณ์ รายได้ ไว้



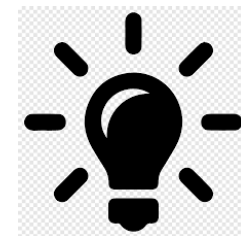
การเสนอภาพ อนาคต เพื่อประกอบการตัดสินใจ เพื่อเร่งปิดการขาย

เสนอภาพ อนาคต

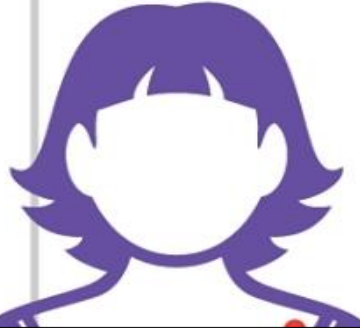
- ทำเลที่สร้างโอกาส
- ราคาขายในตลาด
- ราคาประเมินธนาคาร
- ปล่อยขาย — เช่า ได้
- คุณภาพ งานก่อสร้าง
- การรับประกัน
- การบริการ Service
- Chewa care
- Security

ยกตัวอย่าง เช่น

- ทำเลในอนาคต ความหมายคือ โอกาสทางการขาย หรือ ทำราคาสูงขึ้นได้
- ทำเล มีส่วนต่อขยาย หรือ ศักยภาพของทำเล ในแต่ละโครงการ
- แจ้งให้ลูกค้าทราบ เช่น มีส่วนต่อขยาย **Motorway**
- หรือมี แนวรถไฟฟ้า ส่วนต่อขยาย ตำแหน่งไหน ก็ปี ในอนาคต ซึ่งจะทำให้ราคาขายทำเลนี้.....สูงขึ้นอีก
- ทำเล มีส่วนที่ทำให้ราคาประเมินตลาด และราคาประเมินสูงขึ้น ได้ โอกาสที่จะทำกำไร ขายต่อ
- ทำเล มีอัตราการผ่อนเช่า เดือนละเท่าไร
- การรับประกัน โครงสร้าง 5 ปี ประกันส่วนอื่น 1 ปี ส่วนควบ 3 เดือน
- คุณภาพการส่งมอบ และการดูแล **Chewa care** ที่มีศักยภาพ เพื่อชุมชนน่าอยู่ ในอนาคต
- สร้างความไว้วางใจ ด้วยระบบ การรักษาความปลอดภัย หรือ มีกล้องวงจรปิด **CCTV** กี่ตัว และ **Monitor**
- หรือถ้ามีระบบแจ้งเตือน ผ่าน **App** นิติบุคคล หรือ รปภ. ได้



เทคนิคเบื้องต้น เมื่อพบลูกค้าแต่ละประเภท

นักต่อรอง	จอมบงการ	คนตั้งคำถาม	ผู้สื่อสารผิดพลาด
ลักษณะ มักเป็นกลุ่มเพื่อน จุกจิกจู้จี้กับรายละเอียดเล็กน้อย โดยเฉพาะเรื่องราคา รับมือ ปรับราคาสูงขึ้น ไปอีกเล็กน้อย	ลักษณะ ชอบควบคุมการทำงาน โดยเอาตัวเอง เป็นจุดศูนย์กลาง รับมือ กำหนดขอบเขต เนื้องานและการ แก้ไขงาน	ลักษณะ ถามเจาะลึกลงไป ในรายละเอียดที่ ยากจะตอบ รับมือ ทำความเข้าใจข้อมูล เชิงลึกของสินค้า และบริการเป็น อย่างดี	ลักษณะ ไม่ชัดเจนว่าพวกเขาต้องการอะไร และคาดหวังอะไร รับมือ อธิบายอย่าง ละเอียดและชัดเจน พร้อมสรุปประเด็น
			

การปิดการขาย หลักการอะไรบ้าง

ปัจจัยภายใน + คุ่มค่า

- ราคา พิเศษ
- แนวโน้มราคาจะมีการปรับขึ้น....เมื่อไหร่
- อ้างถึงโปรฯ ฟุ้งหมดไป ถ้าสนใจเสนอต่อโปร
- โปรโมชั่นพิเศษ
- ทิศทาง ตำแหน่งแปลง
- จำนวนของสินค้าใกล้เคียง
- บ้านเลขที่ เลขดังเลขสวย
- ใช้คนที่มีอิทธิพลภายในบ้านเอง
- ผู้ซื้อรายอื่นกำลังจะตัดสินใจ เร่งให้สรุป
- โน้มน้าว ด้วยการบริการ ให้คำแนะนำ ลูกค้าอยากให้คุณดูแล

เสริมปัจจัยภายนอก

- อัตราดอกเบี้ย เปลี่ยน
- **LTV 90%**
- เกณฑ์วิเคราะห์ วงเงินของธนาคาร
- สนับสนุนของภาครัฐ เช่น
- เกณฑ์ ค่าใช้จ่ายวันโอนต่าง ๆ
- ค่าธรรมเนียมการโอน
- ค่าจดจำนอง
- เร่งด้วยรายได้ของลูกค้าเองที่ขณะนั้น ยอดขายสวย
- เช่น **Freelance Online**
- หรือกำลังจะได้ **Bonus**
- ชื้อ ดีกว่า เช่า หรือ อยากปิดภาระ..... จี้ให้ถูกจุด
- เปื่อเพื่อนบ้าน....รีบตัดสินใจ.. ตอบโจทย์ปัญหา

▶ **THANK YOU**