

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ กระบวนการขายของพนักงานขายอิสระศูนย์การขายวิรัชธุรกิจ  
ธนาคารกสิกรไทย จำกัด(มหาชน) อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ชื่อผู้เขียน นายโอพาร เชาวเลิศโสภา

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

คณะกรรมการสอบการค้นคว้าแบบอิสระ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ อรชร มณีสงฆ์	ประธานกรรมการ
รองศาสตราจารย์ กฤษณา รัตนพฤษ์	กรรมการ
อาจารย์ เรนีส เสริมบุญสร้าง	กรรมการ

#### บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา กระบวนการขายของพนักงานขายอิสระศูนย์การขายวิรัชธุรกิจ ธนาคารกสิกรไทย จำกัด(มหาชน) อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ กลุ่มตัวอย่างของการศึกษาในครั้งนี้คือ พนักงานขายอิสระของศูนย์การขายวิรัชธุรกิจ ธนาคารกสิกรไทย จำกัด(มหาชน) จำนวน 50 ท่าน โดยใช้แบบสอบถาม

ผลการศึกษาพบว่า กระบวนการขายทั้ง 7 ขั้นตอน ที่พนักงานขายจะให้ความสำคัญในระดับแตกต่างกันไป โดยให้ความสำคัญในระดับสำคัญมากที่สุดต่อ ขั้นตอนการแสวงหาลูกค้า และให้ความสำคัญในระดับสำคัญมากต่อขั้นตอนการกำหนดคุณสมบัติของลูกค้าการเตรียมการ การเข้าพบลูกค้า การเสนอขาย การจัดซื้อได้แย่ง การปิดการขาย และการติดตามผลหลังการขาย

การแสวงหาลูกค้าพนักงานขายส่วนใหญ่ จะเน้นไปที่กลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่ธนาคารกำหนด โดยจะมุ่งไปที่กลุ่มเพื่อน หรือบุคคลใกล้ชิดมากที่สุด

การเตรียมการเข้าพบ พนักงานขายส่วนใหญ่จะเตรียมข้อมูลด้านผลิตภัณฑ์เปรียบเทียบกับข้อเสนอของกลุ่มคู่แข่งมากที่สุด รองลงมาได้แก่การเตรียมวิธีการพูดและการตอบคำถามลูกค้า และการกำหนดวัตถุประสงค์ในการเข้าพบกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

การเข้าพบ พนักงานขายจะเน้นไปที่การสร้างความปลอดภัยแรกพบ การทำตัวน่าเชื่อถือ และการสำรวจความต้องการของลูกค้าเป้าหมาย ใช้วิธีการเข้าพบโดยการแนะนำตัวเองมากที่สุด

การเสนอขายและการสาธิต จะเน้นไปที่การเสนอขายประโยชน์ของสินค้าที่ลูกค้าจะได้รับ โดยใช้กลยุทธ์การเน้นจุดขายเป็นตัวกระตุ้นให้ลูกค้าตอบสนองในทางบวกมากที่สุด

การจัดข้อโต้แย้ง ข้อโต้แย้งที่พบมากที่สุดได้แก่ข้อโต้แย้งเกี่ยวกับด้านบริการ พบว่าพนักงานขายส่วนใหญ่ใช้วิธีการให้การเจรจาที่ดำเนินไปในแต่ละขั้นตอนเป็นการแก้ไขปัญหาในทีละขั้น เทคนิคในการต่อรองเกี่ยวกับข้อโต้แย้งที่พนักงานขายระบุว่าได้ผลมากที่สุด ได้แก่ การเปลี่ยนจุดสนใจโดยอาศัยวิธีการต่างๆ เช่น การเสนอสินค้าตัวเลือก การเปรียบเทียบข้อเท็จจริงให้เห็น

การปิดการขาย และการติดตามผล ด้านการปิดการขาย พนักงานขายระบุว่า ช่วงเวลาปิดการขายที่เหมาะสมได้แก่ เมื่อลูกค้าเป้าหมาย แสดงความสนใจในสิ่งที่พนักงานเสนอขาย เทคนิคการปิดการขายที่ระบุว่าประสบความสำเร็จในระดับมาก ได้แก่การปิดการขายโดยตรง การปิดแบบสรุป การปิดการขายโดยการตอบสนองความต้องการของลูกค้า ปิดโดยเสนอผลประโยชน์ที่จะได้จากการตัดสินใจซื้อขณะนั้น ปิดโดยยืนยันความได้เปรียบ ปิดโดยการแนะนำ ปิดโดยเปรียบเทียบของเก่ากับของใหม่ ปิดโดยยืนยันความต้องการของลูกค้า และปิดโดยการคาดคะเนความต้องการซื้อ สำหรับการติดตามผล และรักษาลูกค้า พนักงานขายส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในระดับมาก

ปัญหาที่พนักงานขายประสบในระหว่างกระบวนการขาย พบว่าส่วนใหญ่อยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ปัญหาไม่สามารถเข้าพบได้ตามเวลาที่นัดหมาย การเข้าพบลูกค้ามีเวลาจำกัด ลูกค้าไม่เข้าใจข้อมูลผลิตภัณฑ์ที่ศึกษาซึ่งโดยยึดติดกับข้อมูลที่คู่แข่งนำมาโจมตี ไม่สามารถขจัดข้อโต้แย้งลูกค้าได้ทันที สายผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในการขายมีน้อย ไม่สามารถแก้ไขปัญหาของลูกค้าในทางปฏิบัติได้เนื่องจากไม่ใช่งานของธนาคาร ไม่สามารถติดตามผลและรักษาลูกค้าไว้ได้ ขาดการเตรียมตัวให้พร้อมก่อนเข้าพบลูกค้า และไม่มีความรู้ความชำนาญด้านผลิตภัณฑ์ การปิดการขายครั้งแรกไม่สำเร็จ ไม่สามารถสาธิตคุณสมบัติผลิตภัณฑ์ได้ชัดเจน และ อุปกรณ์และเครื่องมือในการสนับสนุนการขายไม่เพียงพอ ยกเว้นปัญหาด้านกฎเกณฑ์ของธนาคารแห่งประเทศไทยเกี่ยวกับคุณสมบัติของลูกค้า จะเป็นปัญหาที่พนักงานขายประสบในระดับมาก

<b>Independent Study Title</b>	The Selling Process of the Direct Sales Agent of the Retail Business Center at KASIKORNBANK Public Company Limited in Amphoe Mueang, Changwat Chiang Mai	
<b>Author</b>	Mr.Oram Chaowalertsopa	
<b>M.B.A.</b>		
<b>Examining Committee</b>	Asst. Prof. Orachorn Mancesong	Chairman
	Assoc. Prof. Krissana Rattanaprek	Member
	Lecturer Renus Sermboonsang	Member

### ABSTRACT

The aim of this independent study is to study the selling process of the direct sales agent of the retail business center at KASIKORNBANK Public Company Limited in Amphoe Mueang, Changwat Chiang Mai. This study was conducted by distributing questionnaires to 50 direct sales people of the retail business center at KASIKORNBANK as a sample group.

The results of the study found that sales people's rating of the importance of the 7 selling process levels were rated at different levels. The most important process for them was to seek customer. Then, the process of defining customer's qualifications, preparing for meeting customers, sales presenting, getting rid of argument, closing-sales session and after-sales contact were rated low in importance respectively.

In the process of seeking customer, sales people mostly focused on target groups set up by the bank especially the group of friends or intimate persons.

Most of sales people prepared themselves before meeting customers by preparing product information compared with the information of competitive companies' product. Then, they would

prepare answers for questions asked by customers and also set the objective in meeting the target group.

The sales people noted the importance of first impression and reliability regarding their target group. Most of them decided to have face-to-face introduction in order to find out for the needs of their target group.

In terms of sales presentation and demonstration, they mostly focused on advantages that customers could receive from products by using the strategy that encouraged customer to have positive response towards products.

It was shown that the argument that often took place was the service argument and most sales people would go step by step to solve the problem. It was revealed that the most effective way in getting rid of an argument was to change the customer's point of interest by using many techniques such as presenting selected product and comparing the truth of product qualification.

The proper time for conducting closing-sales session occurred when the target group showed their interest in product. The effective technique for closing-sales session were direct-closing, brief-closing, meeting with customer's satisfaction closing, proposing benefit in buying product in-time closing, confirming advantage closing, suggesting closing, comparing between old and new product closing, confirming customer's need closing, and assuming customer's need closing. After-sales contacting and maintaining relationship with customers were classified as the most important process for sales people to do.

The problems they often faced that were rated at a moderate level are presented as follows: late meeting with customer, limited time in talking with customer, Customer's a bias caused by information provided by a competitive company, unable to manage with prompt argument, having less products. Moreover, they could not solve problems in practice because they were not employees of the bank. Other problems were also presented as follows: unable to follow up sales result and maintain relationship with customer, lack of preparation before meeting customer, having less knowledge in product information, having unsuccessful closing-sales session in the first time, unable to demonstrate sample product, and not enough equipment and tools in sales promotion. The problem of national bank regulations about customer's qualifications was rated at a high level that sales people are mostly faced with.