

การขายโดยบุคคล

ความหมายของการขายโดยบุคคล

การขายโดยบุคคล (personal selling) หมายถึง การขายที่ผู้ขายติดต่อเผชิญหน้ากันกับผู้ซื้อที่มุ่งหวังหนึ่งคนหรือมากกว่า โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อเสนอขายผลิตภัณฑ์หรือบริการเพื่อตอบข้อซักถาม และเพื่อให้ได้รับใบสั่งซื้อ

Personal selling is direct personal interactions between a salesperson and a potential buyer. (Peter & Olson, 2008)

สรุปลักษณะการขยายโดยบุคคลจากคำนิยามข้างต้น

1. เป็นกระบวนการติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคลแบบตัวต่อตัว (person-to-person communication process) หรือเป็นการติดต่อสื่อสารโดยตรงระหว่างบุคคล (interpersonal communication)

2. ผู้ส่งข่าวสารสามารถรับข้อมูลและประเมินการตอบสนองจากฝ่ายผู้รับสารได้ทันที ซึ่งเรียกว่าการติดต่อสื่อสาร 2 ทาง (two-way communication) หรือการติดต่อสื่อสารที่เป็นคู่ (dyadic communication)

Personal communications channels is two or more persons communicating directly face-to-face, person-to-audience, or the telephone, or through e-mail.

การขายโดยบุคคล ซึ่งเป็นการใช้คนในการเสนอขายแต่
ด้วยต้องทำหน้าที่อื่นควบคู่กับการขายด้วย ดังนั้นอาจพบ
การเรียกผู้ขายว่า พนักงานขาย (salespeople หรือ salesperson)
ผู้แทนขาย (sales representatives) ผู้ประสานงานลูกค้า (account
executives) ผู้ให้คำปรึกษาทางการขาย (sales consultants)
วิศวกรขาย(sales engineers) ตัวแทน (agents) ผู้แทนฝ่าย
การตลาด (marketing representatives)

บทบาทและความสำคัญของการขายโดยบุคคล

1. พนักงานขายทำหน้าที่เป็นตัวแทนของผู้ขาย โดยหา
ลูกค้ารายใหม่เพิ่มขึ้น แจ้งบอกข่าวสารหรือข้อมูลเกี่ยวกับของ
สินค้าและบริการของบริษัท เข้าพบลูกค้า เสนอขาย ตอบข้อ
ซักถาม และเปิดการขาย รวมทั้งทำหน้าที่จัดหาบริการให้กับ
ลูกค้า ทำการวิจัยตลาด และจัดทำรายการสินค้า

2. พนักงานขายทำหน้าที่เป็นตัวแทนของผู้บริโภค โดยทำหน้าที่ถ่ายทอดความคิดหรือทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์หรือการกระทำต่าง ๆ ของบริษัทมาแจ้งให้ผู้เกี่ยวข้องทราบ ทำให้บริษัทสามารถพัฒนาสินค้าและบริการได้ตามความต้องการของลูกค้า

การเปรียบเทียบการใช้งบค่าใช้จ่ายของการขายโดยบุคคล กับการสื่อสารรูปแบบอื่น

การส่งเสริมการขาย

การโฆษณา

การขายโดยบุคคล

การประชาสัมพันธ์

ผลิตภัณฑ์เพื่อการบริโภค

การขายโดยบุคคล

การส่งเสริมการขาย

การโฆษณา

การประชาสัมพันธ์

ผลิตภัณฑ์เพื่อการอุตสาหกรรม

งานในหน้าที่ของการขายโดยบุคคล

การขายโดยบุคคลอาจแตกต่างกันไปตามสถานการณ์ สิ่งแวดล้อมหรือบริบทที่เกี่ยวข้อง โดยอาจแบ่งเป็นการขายภาคสนาม (field selling) การขายเป็นทีม (team selling) การขายปลีกหน้าร้าน (over-the counter selling) การขายโดยทางโทรศัพท์ หรือการตลาดโดยใช้โทรศัพท์ (telemarketing) ซึ่งแบ่งย่อยเป็น พนักงานขายโทรศัพท์ออกไปเสนอขายกับลูกค้า (outbound marketing) และโทรศัพท์เข้ามาขอข้อมูลหรือสั่งซื้อสินค้า (inbound marketing)

งานการขายโดยบุคคลทุกรูปแบบดังกล่าวข้างต้นต่างมี
ภาระหน้าที่ดังนี้

1. การดำเนินการเกี่ยวกับการสั่งซื้อ (order processing)

1.1 ระบุความต้องการของลูกค้า

1.2 งานแจ้งความต้องการให้ลูกค้าทราบ

1.3 กรอกรายการในใบสั่งซื้อ

2. การสร้างสรรค์การขาย (creative selling)

3. การส่งเสริมค่าความนิยมของบริษัทและช่วยเหลือ

ลูกค้าในการใช้ผลิตภัณฑ์ (missionary sales)

กระบวนการขายโดยบุคคล

1. การแสวงหาลูกค้าและพิจารณาคุณสมบัติ
(prospecting and qualifying)
2. การเตรียมตัวก่อนการเข้าพบ (preapproach)
 - 2.1 ศึกษาลักษณะของลูกค้าที่มุ่งหวังที่จะเข้าพบ
 - 2.2 ตัดสินใจวิธีการเข้าพบ
 - 2.3 กำหนดวัตถุประสงค์ในการเข้าพบ
 - 2.4 เตรียมการเสนอขาย

3. การเข้าพบ (approach)

4. การเสนอขายและการสาธิต (presentation and demonstration)

5. การตอบข้อโต้แย้ง (overcoming objections)

6. การปิดการขาย (closing)

7. การติดตามผลและการบำรุงรักษาความสัมพันธ์
(follow-up and maintenance)

การใช้การขายโดยบุคคลร่วมกับเครื่องมือส่งเสริม การตลาดอื่น ๆ

1. การขายโดยบุคคลร่วมกับการโฆษณา
2. การขายโดยบุคคลร่วมกับการประชาสัมพันธ์
3. การขายโดยบุคคลร่วมกับการตลาดทางตรง
4. การขายโดยบุคคลร่วมกับการส่งเสริมการขาย