

ทำไม  
ลูกค้า  
ต้องซื้อ  
สินค้าคุณ



มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

ห้องสมุดสาขาโชติเวช



201020715

ที่จะเปลี่ยนใจตลอดเวลา

อา เอียวรัตนานนท์ •



## จากใจ ใครคนหนึ่ง ที่เฟ้ามองการเปลี่ยนแปลง

ถ้าเราเข้าร้านอาหารที่อร่อยมากๆ แต่  
เจ้าของร้านอีโก้สูงดูถูกลูกค้าตัวเอง บริการก็  
แย่ เราจะเข้าร้านนั้นอีกหรือไม่?

มากกว่า 90% บอกว่าไม่เข้าอีกแน่นอน อร่อยขึ้นเทพแค่ไหน  
ไหนหลายคนคงสายหัว นี่คือหัวใจสำคัญของการค้าทุกประเภทครับ

ไบรอัน เทรซี กูรูด้านการพัฒนาตัวเอง อดีตยอดนักขาย  
เงินล้าน เจ้าของธุรกิจระดับพันล้าน US และเป็นนักเขียนหนังสือ  
ขายดีหลายเล่มได้เคยกล่าวในหนังสือของเขาว่า “ตลาด (ลูกค้า)  
นั้นยุติธรรมและไร้เมตตาเสมอ เขาพร้อมจะเปลี่ยนใจได้  
ทุกเมื่อ ตลาด (ลูกค้า) จะทำให้คนที่ตอบสนองความต้องการเขาได้  
ร่ำรวยมหาศาล และทอดทิ้งใครก็ตามที่ไม่สามารถตอบสนองความ  
ต้องการเขาได้ ไว้เบื้องหลังให้ต้องพบกับความล้มเหลวในธุรกิจ”

ใจ จีราร์ด นักขายอันดับหนึ่งของโลกบันทึกในกินเนสส์  
บุ๊กก็ได้พูดถึงกฎ 250 เอาไว้อย่างน่าฟัง คือ...

**คนหนึ่งคนจะสามารถมีอิทธิพลต่อการ  
ตัดสินใจซื้อของคนรอบตัวเขา ประมาณ 250  
คน และ 250 คนนั้น ก็มีอิทธิพลต่อคนรอบ  
ตัวเขา 250x250...**

เป็นตัวเลขที่น่าฟังและน่าตกใจไม่น้อย ถ้าคุณทำการค้า  
ธุรกิจแล้วเกิดทำให้คนใดคนหนึ่งไม่พอใจ เขาสามารถไปบ่นต่อได้  
ถึง 250x250x250... ฯลฯ

กฎง่าย ๆ ดังกล่าวสร้างคนให้เป็นมหาเศรษฐีได้ แต่หลาย  
ครั้งผู้ประกอบการกลับละเลยมากที่สุด พอเริ่มโตกลับเริ่มเกิดอาการ  
ไม่แยแสใคร สุดท้ายใคร ๆ ก็จะไม่แยแสเขาด้วยเหมือนกัน

Chaiwat Sogr

\*คุณ Chaiwat Sogr เป็นเพื่อนคุณธวัชชัย พิษผล บรรณาธิการสำนัก  
พิมพ์Dดี เจ้าของเพจ มหัศจรรย์แห่งชีวิต ที่มีบทความกระแทกใจลงคมกระเทือน  
บทความชิ้นนี้โดนใจ บ.ก. มาก จึงนำมาขึ้นหิ้งก่อนนำเข้าเรื่องครับ



# สารบัญ

เกริ่นนำ

แะฝึกกลยุทธ์

**1. สนามรบสี่เลียด**

รู้จักโลกความจริงทางธุรกิจที่ไม่มีวัน  
หลีกหนีคู่แข่งเขี้ยวลากดิน



28

**2. ใครคือลูกค้าตัวจริง**

รู้จักลูกค้าที่ต้องการใช้สินค้าคุณ ที่จะ  
จ่ายเงินให้คุณ ที่จะก่อให้เกิดลูกค้าคนอื่นๆ  
ต่อไปให้คุณ



37

**3. Connector**

รู้จักการประสานความต้องการระหว่างคุณ  
และลูกค้าของคุณ



52

**4. ระดับความสัมพันธ์**

รู้จักระดับความสัมพันธ์ของมนุษย์อยาก  
ขายและมนุษย์อยากซื้อสินค้าดี ๆ  
และโดน ๆ ตั้งแต่นั้น รู้จักไปจนถึงผูกพัน



61

**5. เข้าใจเขา ดีสุดเขา**

รู้จักวิธีมองลูกค้าคุณให้ทะลุ และดึงดู  
ให้เขาซื้อสินค้าคุณ



73

**6. คำถาม- กุญแจค้นหา**

**ความต้องการแอบแฝง**

รู้จักวิธีตั้งคำถามเพื่อค้นหาความต้องการ  
แอบแฝงในใจลูกค้าคุณ



94

# สารบัญ

**7. ทาวเชื่อม 8 สาย**

สรุปกลวิธีทำให้เขาซื้อด้วย 8 ทางเชื่อม

119

**8. ชนะใจคนซื้อ**

รู้จักวิธีเอาชนะลูกค้าของคุณด้วยหัวใจ

176

**9. ความลับของการนำเสนอ**

รู้จักวิธีนำเสนอสินค้าของคุณอย่างมืออาชีพ

204

**10. ไม่เอาล่ะ...แพวเกิน**

รู้จักความรู้สึกต่อต้านในใจลูกค้าคุณ  
และวิธีรับมือ

**231**

**11. ต่อรออย่างไรถ้าไรบั้งเกิด**

รู้จักกลวิธีต่อรองราคาอย่างไร  
ไม่ต้องเกรงอึกเกรอ่วนและได้กำไร  
กันทั้งสองฝ่ายด้วย

**243**

**12. สำเร็จแล้วหรือยัง**

รู้จักความลับของความสำเร็จ  
และสรุปสองบรรทัด ทำไมลูกค้า  
ต้องซื้อสินค้าคุณ

**254**

## เกริ่นนำ

สมัยก่อนคนเรารบกันจริงๆ ฆ่ากันจริงๆ เพื่อให้ได้มาซึ่ง อู๋ข้าว อู๋น้ำ หรือแหล่งความอุดมสมบูรณ์ใดๆ ก็ตามที่เขาต้องการ ส่วนในปัจจุบัน คนเราก็ก็นับกันอยู่ค่ะ แต่คราวนี้เปลี่ยนวิธีรบให้เป็นไปในรูปแบบของการทำธุรกิจเป็นหลัก

ธุรกิจใครดี ธุรกิจใครเจ๋ง ธุรกิจใครตอบโจทย์หรือตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคหรือลูกค้าได้ ธุรกิจนั้นก็สำเร็จ หรือพูดง่ายๆ ก็คือรบชนะนั่นแหละ มีตัวอย่างให้เห็นกันอ้อเลย ถ้าเป็นของต่างประเทศก็มี อย่างเช่น

ไมโครซอฟต์ ของ บิล เกตส์ แอปเปิล ของ สตีฟ จ๊อบส์ Google ของ แลร์รี เพจ Facebook ของ มาร์ค ซัคเคอร์เบิร์ก ฯลฯ





ส่วนของคนไทยหรือก็ไม่ได้ไม่น้อยหน้า มีให้เห็นเหมือนกันค่ะ อย่าง  
เช่น

เครือข่ายจิตอาสา (CP) ของ ธนินท์ เจียรวนนท์  
เซ็นทรัล ของ ตระกูลจิราธิวัฒน์  
ธุรกิจข้าวเขียว ของ ตัน ภาสกรนที  
สหราชอาณาจักรแก่น้อย ของ ต๊อบ-อิทธิพัทธ์ กุลพงษ์วณิชย์  
ฯลฯ


## คำถามคือ

**ทำไม**เขาจึงทำสำเร็จล่ะ

ทำไมลูกค้าจึง**เลือก**ที่จะซื้อ

ผลิตภัณฑ์

หรือบริการของเขาล่ะ?



หนังสือเล่มนี้ไม่ได้จะมาเจาะลึกว่าทำไมไอแพด ไอโฟน ของสติฟ จ๊อบส์ ถึงขายได้ขายดี หรือทำไมหลายคนจึงเข้าไปซื้อของเซเว่นกันจนเป็นกิจวัตร แต่จะมาแนะนำให้คุณสังเกตตัวอย่างความสำเร็จจากเขาและมองกลับมาที่ตัวคุณเองคะว่า ธุรกิจที่คุณกำลังอยากจะทำ หรือบั้นจุน เป็นรูปเป็นร่างขึ้นมาแล้วจะสามารถรับชนะ หรือเติบโตขึ้นมา ยืนหยัดในสนามรบอย่างแข็งแกร่งได้อย่างไร

สนามรบในปัจจุบันมีอยู่สนามเดียวคือ **สนาม**  
**น่านน้ำสีแดง (Red Ocean)** ที่ถ้าคุณไม่สามารถคิดผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ๆ มาตอบสนองความต้องการของลูกค้าคุณได้ คุณก็ต้องมาว่ายน้ำแออัดกันอยู่ในนี้แหละ ซึ่งคุณก็ต้องอยู่ให้ได้โดยไม่โดนเบียดจนจมน้ำตายด้วย

หือ...อะไรนะคะ...คุณไม่อยากจะว่ายน้ำในนั้นหรือคะ?

ถ้าไม่อยากจะว่ายน้ำในทะเลแดงจนก็ต้องมาระดมความคิดกับลูกทีมของคุณ (พ่อ แม่ พี่ น้อง เพื่อนหรือแฟนใครก็ว่าไป) เพื่อสร้างสนามแห่งใหม่ขึ้นมา สนามที่จะไม่ต้องมีใครมารบกันให้เลือดสาดกระจาย สนามในอุดมคติที่...

ผลิตภัณฑ์หรือบริการของคุณแปลกใหม่  
และสามารถตอบสนองความต้องการทั้งแบบเก่า  
และแบบใหม่ที่แอบแฝงอยู่ในใจผู้บริโภคหรือลูกค้า  
ของคุณได้

สนามที่ชื่อว่า

**สนามน่านน้ำสีน้ำเงิน**  
**(Blue Ocean)**

อย่างไรล่ะ

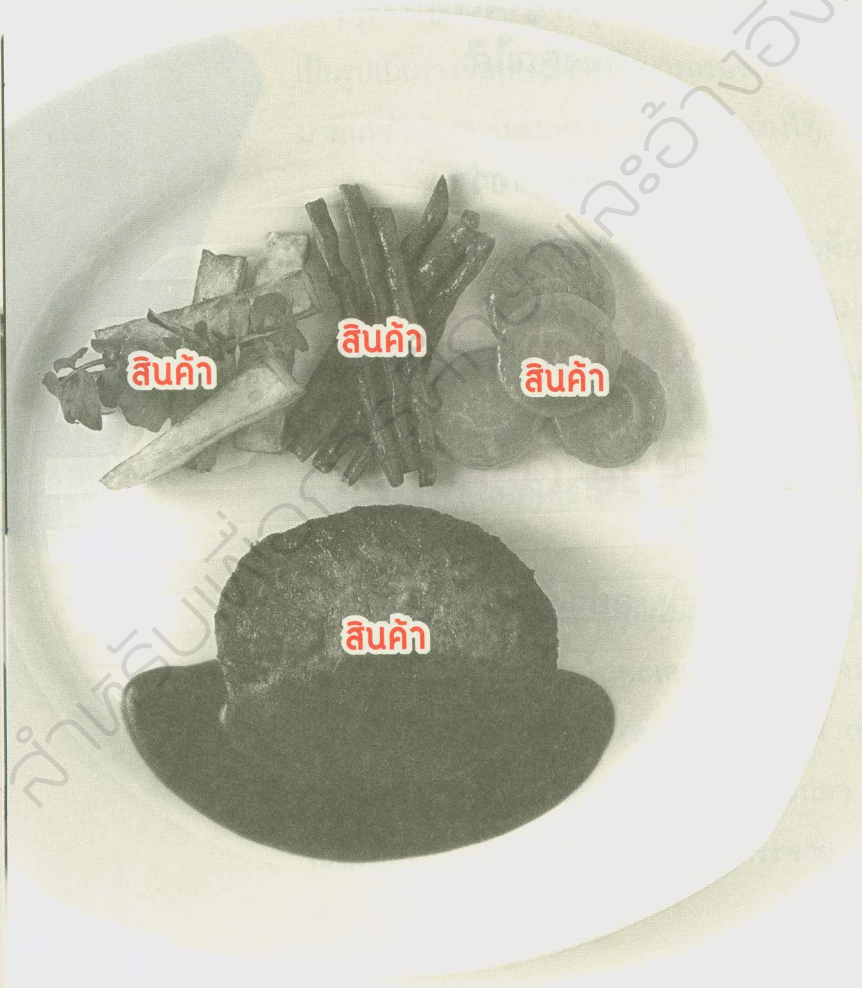




พู่บริโภค



พู่บริโภค



สินค้า

สินค้า

สินค้า

สินค้า



**การค้นหาลิขิตใหม่** หรือ ลิขิตที่จะมาตอบ  
สนองความต้องการทั้งแบบเก่าและแบบใหม่ของ  
ผู้บริโภคคือก้าวแรกที่ทรงพลังอย่างมากสำหรับ  
การทำธุรกิจ ถ้าคุณหาได้ คุณก็เห็นทางสำเร็จชัดเจนขึ้น แต่  
ถ้าคุณยังหาไม่เจอ ก็ชี้ว่าคุณจะไม่สำเร็จนะคะ ในการที่ใครคน  
หนึ่งจะประสบความสำเร็จทางธุรกิจได้ ไม่ใช่แค่เพราะมีความคิด  
แปลกใหม่ที่ตอบใจത്യลู่ค้าอย่างเดียว ยังมีองค์ประกอบอื่นๆ อีก  
ที่คุณจะต้องลงมือทำ...แต่ก้าวแรกของธุรกิจก็เริ่มจากความคิด  
แบบนี้แหละ...

**ความคิดที่จะสร้างผลิตภัณฑ์แบบใหม่  
ที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้  
คือกุญแจดอกแรกที่จะทำให้เขาเดินเข้ามา  
ซื้อสินค้าของคุณ**

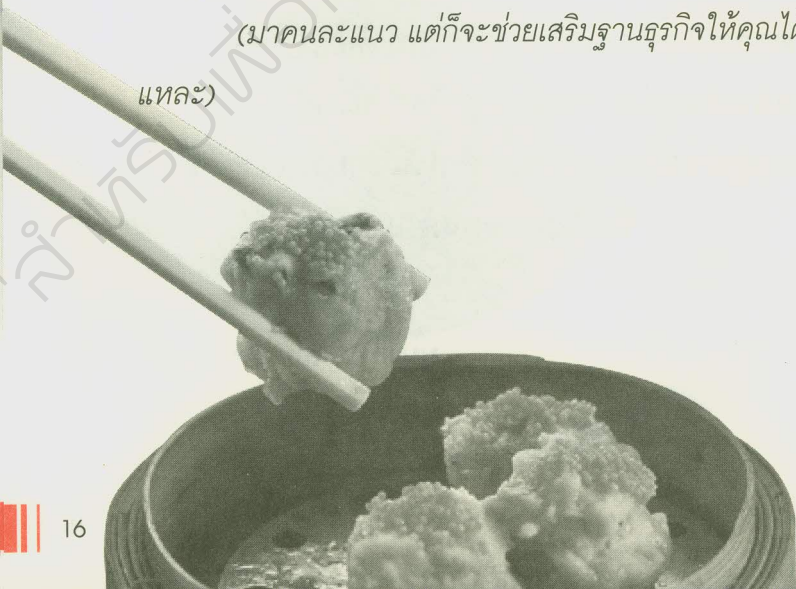
มนต์ทิวา เอียวรัตนานนท์

## แหวะฟឹกกลยุทธ์

ก่อนจะเริ่มทำธุรกิจใดๆ ในโลก มีกลยุทธ์อยู่สองกลยุทธ์ที่อยากให้คุณได้ทำความเข้าใจก่อนเป็นอันดับแรกค่ะ ก็รู้แหละว่าอยาการู้วิธีทำให้ลูกค้าเดินมาซื้อของคุณเร็วๆ แต่ใจเย็นๆ ค่ะ อย่าเพิ่งกระโดด มาแหวะทำความเข้าใจจากทฤษฎีพื้นฐานกันสักเล็กน้อยก่อน แล้วค่อยกระโดดลงสนาม ค่ะ จะได้ไม่ต้องมานั่งปวดขา ขาหัก ขาเคล็ดเพราะกระโดดพลาดนะ

กลยุทธ์ที่อยากให้คุณทำความเข้าใจเอาไว้ก่อน มีสองกลยุทธ์ด้วยกัน กลยุทธ์แรกก็คือ **กลยุทธ์ร้านขายตี๋มซ่า** และกลยุทธ์ที่สองคือ **กลยุทธ์ Marketing Mix** ละ

(บางคนละแนว แต่ก็จะช่วยเสริมฐานธุรกิจให้คุณได้ดีทีเดียวเชียิว  
แหละ)





## กลยุทธ์ร้านขายติ่มซ่า

ว้าว... **ติ่มซ่า!** แคได้ยินชื่อก็อยากเข้าไปนั่งกินแล้ว แต่ซ้าก่อน  
คะ อย่าเพิ่งนำลายนกเพราะมันเป็นเพียงชื่อกลยุทธ์ที่จะมาเป็น **ธงชัย** ให้  
คุณเท่านั้น (ถ้าคุณไม่พอใจชื่อร้านนี้ก็เปลี่ยนเป็นร้านคุณเองได้เลย)

เอาล่ะ...

มาเข้าเรื่องกันเลยดีกว่า  
ก่อนอื่นเลยคืออยากรู้ว่า...

**คุณรู้เป้าหมายในธุรกิจของตัวเองหรือยังคะ**

**คุณกำหนดเป้าหมายหรือยังว่า**

**คุณอยากรวยเท่าไร?**

ถ้ายังไม่ได้กำหนดก็มาหาคำตอบด้วยกันคะ **มาช่วยกัน**  
**วางแผนตามกลยุทธ์ร้านขายติ่มซ่ากันก่อน...**

อันที่จริงแล้ว กลยุทธ์นี้คือกลยุทธ์สำหรับให้คุณตั้งเป้าหมายโดยเฉพาะเลยว่าคุณอยากจะรวยเท่าไร อยากจะได้กำไรจากการทำธุรกิจของคุณเท่าไร

**เริ่มต้น**คือ คุณกำหนดก่อนว่าคุณอยากได้กำไรจากการขายดีมั่วเท่าไร?

สมมติอยากได้กำไร 30,000 บาทต่อเดือน**ทุกๆ เดือน** ดังนั้นจึงต้องขายให้ได้เดือนละ 150,000 บาท (นับกำไร 20% คือเดือนละ 30,000 บาท)

พอคุณกำหนดเป้าหมายได้แล้วนี่บ่ ต่อมาคือการกำหนดภารกิจที่คุณต้องทำนั่นเองค่ะ

**โจทย์หรือเป้าหมายที่ตั้งไว้ คือ**

**คุณจะทำอย่างไรจึงจะได้กำไร  
เดือนละ 30,000 บาททุกๆ เดือน**



## ภารกิจของคุณก็คือ

ต้องขายให้ได้วันละ 5,000 บาท

ดังนั้นคุณจึงมีรายการให้คิดว่า...

ต้องเตรียมขนมจิบ ซาลาเปาก็แพง

จะต้องขายแข่งละเท่าไร

ต้องขายให้ลูกค้ากี่คนต่อวัน

แล้วค่าโนนค่านี้อะไรบ้างล่ะ ต้องใช้ไปเท่าไรจึงจะขายได้

ตามเป้าหมายของคุณ

ฯลฯ

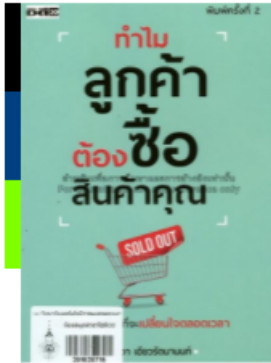
เมื่อกำหนดภารกิจที่คุณต้องทำทั้งหมดเรียบร้อยแล้ว ก็เป็นอันจบกระบวนการความ หรือจะสรุปสั้นๆ ง่ายๆ ก็คือ

**เป้าหมายกำหนดภารกิจนี้แหละ  
คือหัวใจของกลยุทธ์นี้ล่ะ**




สามารถยืมและติดตามหนังสือใหม่ได้ที่ ระบบห้องสมุดอัตโนมัติ Walai Autolib

<http://lib.rmutp.ac.th/catalog/BibItem.aspx?BibID=b00105497>



ทำไมลูกค้าต้องซื้อสินค้าคุณ / มนต์ทิวา เอียวรัตนานนท์.

Author	มนต์ทิวา เอียวรัตนานนท์
Published	กรุงเทพฯ : เพชรประกาย, 2563
Edition	พิมพ์ครั้งที่ 2
Detail	263 หน้า : ภาพประกอบ ; 21 ซม
Subject	การขาย(+) การจัดการขาย(+) การตัดสินใจ(+) การตลาด(+)
ISBN	9786164416970
ประเภทแหล่งที่มา	 Book

"สำหรับเพื่อการศึกษาและอ้างอิงเท่านั้น"