

บทที่ 9

การตอบข้อโต้แย้งและปิดการขาย

เค้าโครงเรื่อง

1. ความหมายและความสำคัญของข้อโต้แย้ง
2. สาเหตุการโต้แย้งของลูกค้ามุ่งหวัง
3. ลักษณะและประเภทของข้อโต้แย้ง
 - 3.1 จำแนกตามลักษณะของข้อโต้แย้ง
 - 3.2 จำแนกตามความสำคัญและสาเหตุของข้อโต้แย้ง
 - 3.2.1 ข้อโต้แย้งมาตรฐาน
 - 3.2.2 ข้อโต้แย้งย่อย
 - 3.2.3 ข้อโต้แย้งจากความบกพร่องของนักขาย
 - 3.2.4 ข้อโต้แย้งจากพฤติกรรมของผู้มุ่งหวัง
4. หลักการเบื้องต้นในการจัดการกับข้อโต้แย้ง
5. แนวทางตอบข้อโต้แย้งแต่ละประเภท
 - 5.1 การตอบข้อโต้แย้งด้านราคา
 - 5.2 การตอบข้อโต้แย้งเรื่องไม่สนใจ ไม่ต้องการ
 - 5.3 การตอบข้อโต้แย้งเรื่องสินค้า
 - 5.4 การตอบข้อโต้แย้งด้านบริษัท หรือแหล่งสินค้า
 - 5.5 การตอบข้อโต้แย้งป้ายเป็ยง
6. การปิดการขาย
 - 6.1 สาเหตุความล้มเหลวของการปิดการขาย
 - 6.2 การทดลองปิดการขาย
 - 6.3 เทคนิคการปิดการขาย
 - 6.4 ข้อเสนอแนะการปิดการขาย

วัตถุประสงค์การเรียนรู้

1. สามารถอธิบายถึงสาเหตุ, และลักษณะของข้อโต้แย้งแบบต่าง ๆ
2. สามารถชี้แจงถึงหลักการทั่วไปในการจัดการกับข้อโต้แย้ง
3. สามารถระบุถึงแนวทางตอบข้อโต้แย้งแต่ละประเภทได้
4. สามารถอธิบายหลักและเทคนิคการปิดการขายแบบต่าง ๆ ได้

“คำโต้แย้งคือมิตรแท้ของนักขาย”

บทที่ 9

การตอบข้อโต้แย้งและปิดการขาย

เมื่อนักขายสามารถเข้าพบและได้เจรจาการขายกับลูกค้าผู้มุ่งหวังแล้ว มักต้องเผชิญกับปัญหาสำคัญ 2 ประการคือ (1) การเผชิญกับข้อโต้แย้ง จะมีวิธีรับมือกับข้อโต้แย้งได้อย่างไร (2) วิธีปิดการขาย จะได้รับคำสั่งซื้อจากผู้มุ่งหวังได้อย่างไร 2 ข้อนี้นับเป็นปัญหาที่นักขายหน้าใหม่กลัวกันยิ่งนัก กลัวว่าจะได้รับคำปฏิเสธ เพราะทุกคนทราบกันดีว่านักขายจะปิดการขายได้น้อยมากหากผู้มุ่งหวังยังมีข้อโต้แย้งที่สำคัญอยู่ในใจ ดังนั้นผู้ต้องการก้าวไปสู่การเป็นนักขายมืออาชีพควรเข้าใจหลักการและเทคนิคการจัดการกับข้อโต้แย้งต่าง ๆ ก่อนจึงเรียนรู้เทคนิคการปิดการขายต่อไป นักขายมืออาชีพอย่าเผลอไม่หวาดหวั่นต่อคำโต้แย้งต่าง ๆ เพราะเข้าใจดีว่านั่นคือธรรมชาติของการขาย และธรรมชาติของมนุษย์ทั่วไป เขาจะยินดีต้อนรับกับคำโต้แย้งต่าง ๆ เพื่อหาคำตอบให้ผู้มุ่งหวังเกิดความพึงพอใจ นักขายจึงควรฝึกเรียนรู้วิธีรับมือกับคำโต้แย้งต่าง ๆ เพื่อความกล้าและความกังวลจะได้หมดไปรวมทั้งความมั่นใจในการปิดการขาย อันเป็นขั้นตอนที่สำคัญมาก เปรียบเสมือนบทสรุปของความพยายามต่าง ๆ ที่ได้กระทำมาตั้งแต่ต้นของขบวนการขาย นักขายมืออาชีพจะสามารถเลือกใช้วิธีการต่าง ๆ ที่เหมาะสมในการปิดการขาย (อาจจะหลาย ๆ ครั้ง ในระหว่างการเสนอขาย) ด้วยความเชื่อมั่นและไม่กังวล ...ขอคำปฏิเสธของลูกค้าผู้มุ่งหวัง

1. ความหมายและความสำคัญของข้อโต้แย้ง

1.1 ความหมายของข้อโต้แย้ง

ข้อโต้แย้งคือ ข้ออ้างของผู้ซื้อในการไม่ตัดสินใจซื้อสินค้าจากผู้ขาย

ข้อโต้แย้ง อาจหมายถึงข้อสงสัยของผู้ซื้อต่อเรื่องราวต่าง ๆ ในการเสนอขาย นอกจากนี้ข้อโต้แย้งคือ วิธีการพูดเพื่อป้ายเปียงอย่างสุภาพของผู้ซื้อในการแจ้งให้นักขายทราบว่าเขายังไม่ตกลงตามที่พนักงานขายเสนอ

การโต้แย้งคือ ลักษณะธรรมชาติของมนุษย์เราที่เกิดขึ้นในการเจรจาเพราะต้องการความรู้สึกเป็นผู้ชนะ เป็นผู้ตัดสินใจด้วยตนเอง มิใช่ถูกยึดเยียดชักนำการตัดสินใจ

ข้อโต้แย้งหรือข้อสงสัยคือ ความรู้สึกขัดข้อง สงสัย ไม่เห็นด้วย ต้องการหลีกเลี่ยงการตัดสินใจที่เกิดขึ้นในใจของลูกค้าผู้มุ่งหวัง ซึ่งอาจแสดงออกมาให้นักขายได้ทราบเป็นคำพูดหรือการแสดงกิริยาท่าทางต่าง ๆ หรืออาจซ่อนเร้นไว้ไม่แสดงออกให้สังเกตได้อย่างชัดเจน ข้อโต้แย้งที่เกิดขึ้นอยู่เสมอในการเจรจากราย จึงมีหลากหลายรูปแบบ มีทั้งที่เป็นจริง ซ่อนเร้นหรือเป็นเพียงเพื่อแก้ตัวและอาจเกิดขึ้นเพราะสาเหตุแตกต่างกันเช่นอาจเกิดจากความบกพร่องของนักขายเองจากปัญหาของลูกค้าผู้มุ่งหวังเองหรือจากเหตุอื่น ๆ

1.2 ความสำคัญของข้อโต้แย้ง

1. ข้อโต้แย้งแสดงถึงความสนใจของลูกค้าผู้มุ่งหวังต่อการเสนอขาย สำหรับนักขายที่มีประสบการณ์มองว่าการที่ลูกค้ามีข้อโต้แย้ง (โดยเฉพาะอย่างยิ่งข้อโต้แย้งที่แท้จริง) แสดงว่าเขามีความสนใจสินค้าของนักขายแต่ที่ยังไม่ซื้อเพราะยังมีข้อสงสัยบางประการ เมื่อได้รับการชี้แจงจนเข้าใจถูกต้องดีเยี่ยมมีโอกาสที่จะตัดสินใจซื้อได้
2. ข้อโต้แย้งคือสัญญาณการซื้อ เมื่อมีข้อโต้แย้งเกิดขึ้น นักขายเมื่ออาชีพที่มีความชำนาญมีโอกาสที่จะเปลี่ยนข้อโต้แย้งให้เป็นการขายได้ ด้วยเทคนิควิธีการที่เหมาะสม ซึ่งจะได้อธิบายต่อไป ในหลายกรณี ข้อโต้แย้งของลูกค้าผู้มุ่งหวังก็เป็นสัญญาณว่า พร้อมทั้งจะซื้อแล้ว
3. ข้อโต้แย้งทำให้นักขายทราบถึงข้อบกพร่องในการเสนอขายของตน ลูกค้ามีข้อโต้แย้ง อาจเป็นเพราะนักขายอธิบายสาคิสินค้าไม่สมบูรณ์ ชัดเจนดีพอ อาจเพราะข้อเสนอของนักขายยังไม่ถูกใจ นักขายอาจเลือกเจรจากับบุคคลที่ไม่มีอำนาจตัดสินใจ การเอาใจใส่และพยายามวิเคราะห์ถึงลักษณะของข้อโต้แย้งที่เกิดขึ้นจะทำให้นักขายสามารถปรับปรุงการขายของตนได้
4. การจัดการกับข้อโต้แย้งสำเร็จ นำไปสู่การปิดการขาย ปกติแล้วหากการเสนอขายถูกต้อง สมบูรณ์ จะมีข้อโต้แย้งที่แท้จริงน้อยมาก เมื่อตอบข้อโต้แย้งแล้ว นักขายสามารถทำการลงปิดการขายได้ทันที

5. การรับมือกับข้อโต้แย้งอยู่เสมอทำให้นักขายมีประสบการณ์และความชำนาญ จะไม่รู้สึกล้มเหลว ประหม่าหรือขาดความมั่นใจ แต่จะทำให้เขามีความมั่นใจกล้าแกร่ง รู้วิธีที่จะจัดการกับคำโต้แย้งได้อย่างถูกต้องในแต่ละสถานการณ์

6. การไม่มีข้อโต้แย้งจากลูกค้ามุ่งหวัง คือสัญญาณอันตราย พบว่าสิ่งที่นักขายเมื่ออาชีพกลัวมากที่สุด คือการไม่ได้รับข้อโต้แย้งจากลูกค้าเลย ทุกครั้งที่พูดหรือถามความคิดเห็น จากลูกค้าก็ได้รับคำตอบที่น่าพอใจ เห็นชอบด้วยดีตลอดแต่เมื่อปิดการขาย ขอคำสั่งซื้อ กลับได้รับ การปฏิเสธ และบอกว่าไม่เคยคิดจะซื้อเลย และนักขายก็หมดหนทางที่จะโน้มน้าวเปลี่ยนใจ ได้เสียอีกด้วย การไม่มีข้อโต้แย้งเลยอาจเกิดจากความไม่สนใจ อาจฟังการเจรจาการขาย ตอบรับไปตามมารยาทเพื่ออยากให้การเจรจาลิ้นสุดไปโดยเร็ว ก็เป็นได้

2. สาเหตุของการโต้แย้งของลูกค้าผู้มุ่งหวัง

ทำไมลูกค้ามุ่งหวังจึงมีข้อโต้แย้ง หรือเหตุผลที่ลูกค้ามุ่งหวังต้องคัดค้านหรือปฏิเสธ การซื้อ มีดังนี้

1. เพราะไม่รู้ความแตกต่าง ระหว่างผลิตภัณฑ์ที่เคยใช้กับที่นักขายไปเสนอขาย จึงทำให้รู้สึกที่ไม่จำเป็นต้องหันมาซื้อกับนักขายก็ได้ ความแตกต่างดังกล่าวได้แก่ ด้านคุณภาพ ราคา เงื่อนไขการชำระเงิน การบรรจุหีบห่อ ความสม่ำเสมอของการจัดจำหน่าย การบริการ หลังการขาย

2. ประารถนาที่จะได้รายละเอียดเพิ่มเติม ต้องการทราบข้อเท็จจริงต่าง ๆ ทั้งหมดที่เสนอ ต้องการให้นักขายแสดงให้เห็นว่าผลิตภัณฑ์จะสนองความต้องการให้เขาได้รับความพึงพอใจอย่างเต็มที่หรือไม่ เพื่อความมั่นใจในการตัดสินใจซื้อ

3. มองไม่เห็นหรือไม่เข้าใจในประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ อาจเป็นเพราะนักขาย อธิบายไม่ได้ หรือใจของผู้มุ่งหวังยังคงปิด ยังคงคัดค้านอยู่ในใจ

4. ขาดเงินหรือขาดสิทธิในการซื้อ ลูกค้าบางคนไม่กล้าพูดตรง ๆ ว่าไม่มีเงินพอ หรือไม่มีอำนาจตัดสินใจ เพราะรู้สึกอาย จะตอบเลี่ยงไปอย่างอื่น จนทำให้พนักงานขาย หลงทาง และไปพยายามแก้ข้อคัดค้านที่ไม่ใช่เหตุผลจริง ๆ และไม่สามารถปิดการขายได้

5. นิสัยชอบคัดค้าน เป็นธรรมชาติของคนที่ชอบคัดค้าน บางครั้งก็ค้านไปอย่างนั้น แต่บางครั้งเพราะยังไม่เชื่อสิ่งที่นักขายเสนอ

6. มีอคติหรือความลำเอียง ตลอดจนมีความเคยชิน ความจงรักภักดีต่อผลิตภัณฑ์ตราใด หรือกับผู้อำนวยการรายเดิม

7. ยังไม่มีความจำเป็น ยังไม่ตระหนักถึงความต้องการ

8. เข้าใจผิด ในเนื้อหาสาระต่าง ๆ ในการสนทนาการขาย

9. ต้องการมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น หรือมีส่วนในการสนทนาการขาย ว่าความคิดเห็นของเขาได้รับการรับฟังด้วยความนับถือ

10. ยังมีความลังเลใจ ความไม่มั่นใจ ไม่กล้าตัดสินใจ

3. ลักษณะและประเภทของข้อโต้แย้ง

สามารถจำแนกประเภทของข้อโต้แย้งได้หลายลักษณะ ดังต่อไปนี้

3.1 จำแนกตามลักษณะของข้อโต้แย้ง

ตามแนวคิดของวิลลี เกยรีส์ (Willie Gayle's) ได้แบ่งประเภทของข้อโต้แย้งออกเป็น 5 ประเภท¹ คือ

1. ข้อโต้แย้งคั่นระหว่างการเจรจาต่อรอง (Vocal - Pause Objection)
2. ข้อโต้แย้งที่เกิดจากความรู้อย่างผิด ๆ ของผู้ซื้อ (Sharp - Buyer Objection)
3. ข้อโต้แย้งที่จริงใจ (Sincere Objection)
4. ข้อโต้แย้งแก้ตัว (Excuse Objection)
5. ข้อโต้แย้งที่ไม่มีเหตุผล (Groundless Objection)

1. **ข้อโต้แย้งคั่นระหว่างการเจรจาต่อรอง** ข้อโต้แย้งประเภทนี้ไม่มีน้ำหนักมากนัก ลูกค้าของพนักงานขายเกือบที่จะถึงขั้นตอนตัดสินใจซื้อแล้ว แต่รู้สึกว่าเขาไม่ควรตัดสินใจซื้อเร็วนัก เขาจึงพูดบางสิ่งบางอย่างโดยไม่คำนึงถึงความสำคัญมากนัก เช่น ลูกค้าโต้แย้งว่าเขาไม่มีเงินทั้ง ๆ ที่เขาเป็นบุคคลที่มั่งคั่งมากและเป็นที่ยอมรับอย่างแพร่หลาย

2. **ข้อโต้แย้งที่เกิดจากความรู้อย่างผิด ๆ ของผู้ซื้อ** ข้อโต้แย้งประเภทนี้เกิดขึ้นจากลูกค้าที่มีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่เสนอและต้องการที่จะแสดงให้เห็นพนักงานขายรู้ว่าเขาเป็นผู้ซื้อที่ฉลาด พนักงานขายไม่สามารถที่จะหลอกหลวงเขาได้ การที่พนักงานขายสามารถค้นพบข้อโต้แย้งประเภทนี้จากลูกค้า จะสะท้อนเหตุการณ์ 2 ประการคือ ประการแรกลูกค้ามีความสนใจในผลิตภัณฑ์ของพนักงานขายพอสมควรจนกระทั่งสามารถจำส่วนประกอบจุดดีและจุดเสียได้ ประการที่สอง ลูกค้าอาจกำลังเก็บข้อมูลต่าง ๆ เกี่ยวกับความรู้ในผลิตภัณฑ์เพื่อเปรียบเทียบกับผลิตภัณฑ์ของคู่แข่งชั้นของพนักงานขาย

3. **ข้อโต้แย้งที่จริงจัง** ข้อโต้แย้งประเภทนี้เป็นข้อโต้แย้งที่ง่ายที่สุดที่พนักงานขายจะตอบ เมื่อลูกค้ามีข้อโต้แย้งที่จริงจัง ข้อโต้แย้งนี้จะมีใช้เพื่อการเลื่อนการซื้อหรือการลังเล แต่เป็นปัญหาที่แท้จริงในการขายยังมีให้ซื้อ เมื่อพนักงานขายได้แสดงให้เห็นลูกค้าทราบถึงวิธีการแก้ปัญหาของเขาแล้ว พนักงานขายก็สามารถลบล้างข้อโต้แย้งนี้ได้อย่างอัตโนมัติ ข้อโต้แย้งประเภทนี้เป็นสัญญาณที่น่ายินดีของพนักงานขายมืออาชีพ แสดงให้เห็นว่า ลูกค้าพร้อมที่จะซื้อแล้ว เพียงแต่ต้องการที่จะขจัดปัญหาที่รบกวนเสียก่อน เช่น ลูกค้าบอกพนักงานขายอย่างจริงจังว่า ตอนนี้ไม่มีเงินไม่พอ พนักงานขายอาจแสดงวิธีการแก้ปัญหาการชำระเงินโดยใช้เงื่อนไขการชำระเงินเป็นงวด ๆ ตามความสามารถของลูกค้า

ข้อโต้แย้งที่จริงจัง อาจเรียกว่าข้อโต้แย้งที่แท้จริง เช่น เป็นข้อโต้แย้งด้านสินค้าที่เกิดจากความสงสัย ไม่เข้าใจ ความไม่มั่นใจของผู้ซื้อต่อสินค้า เป็นข้อโต้แย้งเกี่ยวกับความคิดของเขาต่อราคาสินค้าว่าสูงเกินไป แพงกว่าของคู่แข่งชั้น ดังนี้ เป็นต้น

4. **ข้อโต้แย้งแก้ตัว** สำหรับข้อโต้แย้งนี้ลูกค้าไม่ได้พูดว่า “เขาไม่ได้ต้องการผลิตภัณฑ์” และก็ไม่ได้บอกว่า “เขาจะซื้อผลิตภัณฑ์” เพียงแต่คิดหาข้อแก้ตัวที่จะเลื่อนการตัดสินใจซื้อ ถ้าพนักงานขายได้รับข้อโต้แย้งแก้ตัวในการขาย อาจสะท้อนให้เห็นว่า ลูกค้าเริ่มสับสนต่อข้อมูลมากมายที่พนักงานขายให้และต้องการเวลาที่จะย่อยข้อมูลเหล่านั้น โดยวิธีการให้พนักงานขายไปเสียขณะหนึ่ง เพื่อที่จะได้มีเวลานั่งลงพิจารณาไตร่ตรองรายละเอียดของ

ผลิตภัณฑ์ของพนักงานขายก่อนที่จะตัดสินใจซื้อ ลูกค้าจึงคิดข้อโต้แย้งนี้ขึ้นมาเพื่อชะลอการปิดการขายของพนักงานขาย เช่น ลูกค้าบอกพนักงานขายว่าบังเอิญได้เวลานัดของลูกค้ากับนักธุรกิจรายหนึ่งแล้ว ลูกค้าจะพิจารณาข้อเสนอของพนักงานขายภายหลัง ขอให้พนักงานขายติดต่อมาอีกครั้งหนึ่ง หรืออาจโต้แย้งขึ้นมาเพื่อการบายเบี่ยงการซื้อ หรืออาจไม่กล้าตัดสินใจ

5. ข้อโต้แย้งที่ไม่มีเหตุผล ข้อโต้แย้งนี้เป็นการตัดสินใจล่วงหน้าของลูกค้าเกี่ยวกับความไม่ชอบผลิตภัณฑ์ของพนักงานขายโดยไม่มีเหตุผล ข้อโต้แย้งนี้จะพบได้ทั่ว ๆ ไป ตัวอย่างเช่น ในวงการของพนักงานขายประกันชีวิต ลูกค้ายกข้อโต้แย้งว่า “ผมไม่ชอบการประกันชีวิต” ทั้ง ๆ ที่พนักงานขายก็รู้ว่า บริษัทประกันชีวิต ได้สรรค์สร้างสิ่งดี ๆ ให้กับประชาชน ดังนั้นข้อโต้แย้งนี้จึงเป็นข้อโต้แย้งที่ไม่มีเหตุผล นอกจากนี้ข้อโต้แย้งที่เกิดจากอคติ หรือข้อโต้แย้งที่ไร้สาระ ก็อาจจัดอยู่ในประเภทนี้ได้

3.2 จำแนกตามความสำคัญและสาเหตุของข้อโต้แย้ง

สามารถจำแนกข้อโต้แย้งเป็น 4 ประเภท คือ

1. ข้อโต้แย้งมาตรฐานหรือข้อโต้แย้งสามัญ
2. ข้อโต้แย้งย่อย
3. ข้อโต้แย้งจากความบกพร่องของนักขาย
4. ข้อโต้แย้งจากพฤติกรรมของลูกค้ามุ่งหวัง

3.2.1 ข้อโต้แย้งมาตรฐาน

ข้อโต้แย้งมาตรฐานหรือสามัญ มีความสำคัญมาก มักเกิดขึ้นอยู่เสมอในการเจรจาการขายทุกประเภท นักขายต้องเผชิญกับข้อโต้แย้งเหล่านี้อย่างแน่นอน จึงเป็นข้อโต้แย้งที่นักขายควรทราบและคิดหาหนทางรับมือเอาไว้ล่วงหน้า ข้อโต้แย้งมาตรฐานที่ต้องเผชิญ ได้แก่²

1. ข้อโต้แย้งเรื่องราคา
2. ข้อโต้แย้งเรื่องไม่ต้องการ ไม่จำเป็น หรือไม่สนใจ
3. ข้อโต้แย้งเรื่องสินค้า (ผลิตภัณฑ์)
4. ข้อโต้แย้งเรื่องบริษัทหรือแหล่งสินค้า
5. ข้อโต้แย้งเพื่อเลื่อนหรือปายเบี่ยง

ในหัวข้อนี้จะได้อธิบายเพิ่มเติมถึงข้อโต้แย้งประเภทต่าง ๆ เหล่านี้ก่อน สำหรับหลักหรือวิธีการตอบข้อโต้แย้งแต่ละอย่างเหล่านี้จะได้อธิบายในหัวข้อต่อไป ดังนี้

1. ข้อโต้แย้งเรื่องราคา

นับเป็นข้อโต้แย้งที่สามัญ พบมากที่สุด และตอบยากที่สุด คำโต้แย้งจากลูกค้าผู้มุ่งหวัง เรื่องราคาที่มีมักพบ ได้แก่

ราคาของคุณสูงกว่าที่อื่น

ราคาของคุณสูงเกินไป

ฉันไม่สามารถซื้อได้ในราคานี้ รายได้ไม่พอ ใช้จ่ายมาก

ค่าใช้จ่ายสูงกว่างบประมาณ

ไม่พร้อมที่จะซื้อตอนนี้ (ไม่มีเงิน ไม่ได้เตรียมเงินมา)

ไม่ว่าจะวางแผนการขายมาดีเพียงไร เสนอขายดีเพียงใด งานขายจำนวนมากไม่สำเร็จผลเพราะว่าไม่อาจจัดการกับข้อโต้แย้งนี้ได้สำเร็จ และส่วนมากแล้วนักขายมักไม่มีอำนาจที่จะเปลี่ยนแปลงเรื่องราคาหรือเงื่อนไขการชำระเงินจากที่บริษัทกำหนดมาได้

2. ข้อโต้แย้งเรื่องไม่ต้องการ (ไม่จำเป็น) หรือไม่สนใจ

เป็นข้อโต้แย้งที่ตอบยากรองจากราคา คือผู้มุ่งหวังจะแย้งว่าไม่ต้องการ ไม่จำเป็นตอนนี้ ไม่สนใจ นักขายหน้าใหม่ เมื่อพบกับสถานการณ์ที่ผู้มุ่งหวังบอกว่าไม่สนใจ ยังไม่ต้องการ ยังไม่จำเป็นไม่ยอมซื้อตอนนี้ จะรู้สึกได้ถึงทางตัน และไม่รู้ว่าจะทำอย่างไร จึงจะสามารถสร้างความมั่นใจให้ความมั่นใจว่าทำไมผู้มุ่งหวังจึงควรซื้อตอนนี้เลย

ตัวอย่างของข้อโต้แย้งเรื่อง “ไม่ต้องการ” “ไม่จำเป็น” ที่พบบ่อยได้แก่

ชอบสินค้าปัจจุบันและยังไม่อยากเปลี่ยน
ไม่อยากได้ ไม่รู้จะเอาไปทำอะไร
ตอนนี้ยังมีสินค้าเต็มสต็อก
อุปกรณ์ที่มียังดีอยู่
ฉันยังไม่ต้องการสินค้าของคุณในตอนนี้

ตัวอย่างคำโต้แย้งเรื่อง “ไม่สนใจ” ที่พบบ่อย ได้แก่

ฉันไม่สนใจ
ต้องการดูให้ทั่วก่อนตัดสินใจ
เพียงชอบบิ่งหรือเดินดู
ยังไม่สนใจสินค้าของคุณ

3. ข้อโต้แย้งเรื่องสินค้า

มีอยู่มากมายที่ผู้มุ่งหวัง อาจยกขึ้นมา ได้แก่

สินค้าของคุณยังไม่เป็นที่รู้จักกัน
สินค้าของคุณใหม่เกินไป
สินค้าของคุณไม่เหมาะกับระดับของสินค้าในสต็อกของเรา
สินค้าของคุณล้าสมัย อยู่ในตลาดนานเกินไป
ไม่ชอบลักษณะและรูปแบบของสินค้า
ไม่มั่นใจในประสิทธิภาพของสินค้า
สินค้าของคุณอาจก่อให้เกิดปัญหาการบริการมากมาย
สงสัยว่าสินค้าจะให้ประโยชน์อย่างที่นักขายกล่าวอ้างหรือไม่
สินค้าไม่ใช่ประเภทที่เราขาย
เคยได้ยินเกี่ยวกับความบกพร่องของสินค้า

4. ข้อโต้แย้งเรื่องบริษัทหรือแหล่งสินค้า

ข้อโต้แย้งประเภทนี้เกิดเพราะผู้มุ่งหวังบางคนเคยมีปัญหากับบริษัทหรือนักขายคนก่อนมาก่อน อาจเกิดเพราะผู้มุ่งหวังเคยซื้อและยังพอใจกับแหล่งอื่นยังไม่อยากเปลี่ยนที่ บางครั้งเป็นเพราะเชื่อว่าบริษัทอื่นจะดีกว่าให้บริการและสะดวกมากกว่า

ข้อโต้แย้งเหล่านี้หากเกิดขึ้นในตอนต้นของการเจรจา อาจเป็นเพียงข้อ
แก้ตัว แต่ถ้าเกิดขึ้นในช่วงหลังนั้นควรให้ความเอาใจใส่

ตัวอย่างของข้อโต้แย้งประเภทนี้ ได้แก่

บริษัทอื่นให้บริการดีกว่า รวดเร็วกว่า มีคลังสินค้าอยู่ใกล้กว่า

ฉันซื้อจากบริษัท ABC มาหลายปี และยังพอใจบริการของเขา

ฉันซื้อจากบริษัท กขค. เพราะมีเพื่อนสนิท (หรือญาติ) ทำงานที่นั่น

เรามีข้อตกลงกันจะซื้อจากนักขายคนอื่นน้อยมาก

ฉันชอบซื้อจากบริษัทที่ใหญ่ (หรือเล็ก) มากกว่า

บริษัทของคุณ (หรือนักขายคนก่อน) ทำให้เราเกิดปัญหามากมาย

ในอดีต จึงไม่อยากจะติดต่อกับคุณ

5. ข้อโต้แย้งป้ายเบี่ยงหรือหลีกเลี่ยงการเสนอขาย

ข้อโต้แย้งลักษณะนี้พบอยู่บ่อย ๆ ดังตัวอย่างคำพูด ต่อไปนี้

ขอผมคิดดูก่อน

ผมยุ่งเกินกว่าที่จะตัดสินใจเดี๋ยวนี้

รอปรึกษาสามี (ภรรยาหรือหุ้นส่วน) ก่อน

ทั้งนามบัตรไว้ แล้วผมจะติดต่อกับคุณเอง

3.2.2 ข้อโต้แย้งย่อย ³

ข้อโต้แย้งย่อย อาจจะมีน้ำหนักความสำคัญน้อยกว่าข้อโต้แย้งมาตรฐาน
แต่บางทีอาจทำให้เสียการขายไปก็ได้ บางอย่างก็เป็นเพียงข้อแก้ตัว บางอย่างเป็นอคติของผู้ซื้อ
บางครั้งก็เป็นความเข้าใจผิด หรือแม้กระทั่งมาจากประสบการณ์ที่ไม่ดีในอดีตจากบริษัทของ
นักขายเองหรือจากบริษัทอื่น

ข้อโต้แย้งย่อย ๆ ที่อาจต้องเผชิญ มีดังนี้

เงื่อนไขเครดิตหรือนโยบายของบริษัท

คำถามด้านกฎหมาย

การแลกเปลี่ยนสินค้า (Trade - in)

คำถามเกี่ยวกับการปฏิบัติงานทางเทคนิค

ของมือสองราคาถูกลงกว่า

การตอบข้อโต้แย้งเหล่านี้ อาจต้องอาศัยการช่วยเหลือจากผู้อื่น เช่นจากแผนกซ่อม แผนกบริการ ผู้จัดการ อย่างไรก็ตาม คำถามว่า “ทำไม” ยังคงนำมาใช้ได้ การเจรจาสอบถาม อาจเผยให้เห็นข้อโต้แย้งที่ซ่อนเร้นอยู่

แนวทางการตอบข้อโต้แย้งย่อย

❖ ปัญหาเครดิต ข้อโต้แย้งเช่นนี้มักเป็นข้อแก้ตัว บางทีผู้มุ่งหวังต้องการเพียงการ ต่อรองเพื่อให้ได้เงื่อนไขที่ดีที่สุด ถ้าพบว่าเป็นปัญหาที่แท้จริงของเขาให้ใส่ใจแก้ไข เช่นถ้าเขา เคยถูกปฏิเสธเครดิตก่อนก็ต้องแจ้งให้ทราบว่าเป็นเพราะยังไม่รู้จักกันดีพอ อธิบายให้เขาเข้าใจ ว่าเงื่อนไขเครดิตของบริษัทได้กำหนดไว้อย่างไร ซึ่งให้เห็นความยุติธรรมหรือมีเหตุผลของนโยบาย เครดิตของบริษัท

❖ ปัญหาด้านกฎหมาย ถ้าผู้มุ่งหวังโต้แย้งว่า ต้องให้ทนายหรือแผนกกฎหมาย ตรวจสอบข้อตกลงก่อน การรับมือก็คือ

- (1) ต้องมั่นใจว่าจะไม่ยกข้อโต้แย้งอื่นขึ้นมาอีก
- (2) เขียนข้อตกลงเป็นข้อ ๆ ให้เข้าใจตรงกัน และให้ความมั่นใจต่อการปฏิบัติ ตามข้อตกลงเหล่านั้น

❖ ข้อโต้แย้งการแลกเปลี่ยนสินค้า มีความสำคัญในกรณีการขายสินค้าแทนทาน เช่น รถยนต์ เครื่องจักร มักพบว่าผู้มุ่งหวังตีราคาสินค้าเก่าของตนสูงกว่าความเป็นจริง มีวิธีการรับมือ ดังนี้คือ

(1) หลีกเลี่ยงพูดถึงเรื่องการแลกก่อน โดยพยายามขายสินค้าใหม่ก่อนจนกว่า ผู้มุ่งหวังจะตัดสินใจว่า สินค้าใหม่ให้ผลประโยชน์และมีความต้องการอยากได้อย่างเต็มที่ก่อน

- (2) ให้คนกลาง เป็นผู้ประเมินราคา เพื่อหลีกเลี่ยงการถกเถียง
- (3) พยายามปิดการขายด้วยการเน้นให้เห็นคุณค่าของสินค้าใหม่
- (4) ชักจูงโดยใช้ข้อเท็จจริง ตัวเลข และการเปรียบเทียบที่ทำให้เขารู้สึกว่าการตี

ราคายุติธรรม

- (5) ให้ผู้มุ่งหวังตีราคาของสินค้าของเขาก่อนที่จะให้ผู้มีหน้าที่ทำการตีราคา

❖ คำถามเกี่ยวกับการปฏิบัติงานทางเทคนิค นักขายควรพยายามศึกษาหาความรู้ในด้านเทคนิคมาก่อน และตอบให้เขาเข้าใจกระจ่างชัด ถ้ายังมีข้อสงสัยอาจให้แผนงานที่เกี่ยวข้องเข้ามาช่วยเหลือ หรืออาจปิดการขายว่าถ้าเขาตัดสินใจซื้อแล้วไม่ต้องกังวลเรื่องนี้ ทางบริษัทมีบริการให้คำแนะนำปรึกษาด้านการปฏิบัติงานทางเทคนิคโดยผู้เชี่ยวชาญเฉพาะให้เป็นอย่างดี

❖ ข้อโต้แย้งว่าสินค้ามือสองราคาถูกกว่า นักขายอาจชี้แจงว่าสินค้ามือสองสิ้นเปลืองค่าใช้จ่ายในการบำรุงรักษาและซ่อมแซมสูงในระยะยาว ประสิทธิภาพในการทำงานต่ำกว่า ไม่มีการรับประกันหรือรับประกันระยะสั้น ส่วนของใหม่มีการรับประกัน ประหยัดค่าซ่อมบำรุง เชื้อมันไม่ประสิทธิภาพการทำงานได้มากกว่า ควรอธิบายเปรียบเทียบให้เห็นข้อดีข้อเสีย และค่าใช้จ่ายที่แตกต่างกันอย่างชัดเจน

3.2.3 ข้อโต้แย้งจากความบกพร่องของนักขาย

การทำงานที่บกพร่องของนักขายบางคน อาจปรากฏออกมาในรูปข้อโต้แย้งจากลูกค้าได้ ดังตัวอย่าง

<u>ลักษณะข้อโต้แย้งของลูกค้า/ผู้มุ่งหวัง</u>	<u>สาเหตุ (ข้อบกพร่องของนักขาย)</u>
เกิดความเข้าใจผิดและเกิดปัญหาเกี่ยวกับลูกค้า	นักขายดำเนินการเสนอขายด้วยวิธีการที่ผิดให้ข้อมูลที่ไมถูกต้องแก่ลูกค้ามุ่งหวัง
ลูกค้าไม่ตอบรับ ไม่ยอมพูด ไม่แสดงความคิดเห็น ไม่รู้ว่าคิดอะไร	นักขายไม่พยายามเข้าใจความต้องการของลูกค้ามุ่งหวัง ไม่เปิดโอกาสให้ลูกค้าพูด
ผู้มุ่งหวังไม่พอใจ ไม่ซื้อ เบื่อหน่าย การเจรจาการขาย	นักขายไม่สนใจการพูดและปัญหาของผู้มุ่งหวัง สนใจพูดเพื่อเสนอขายอย่างเดียว อาจเร่งเร้าผู้มุ่งหวังมากเกินไป นักขายเสนอขายวกวน ยืดเยื้อ นำเบื้อ ขาดเทคนิค

ลักษณะข้อโต้แย้งของลูกค้า/ผู้มุ่งหวัง

สาเหตุ (ข้อบกพร่องของนักขาย)

ลูกค้าขาดความเชื่อถือ ไม่พอใจ ไม่ซื้อ

การเสนอขายผิดพลาด นักขายไปพบลูกค้า
ผิดเวลานัด บุคลิกภาพของนักขายไม่ดี
ไม่น่าเชื่อถือ

ลูกค้านัดให้ไปพบใหม่

ไปพบลูกค้าโดยไม่มีการเตรียมการหรือวางแผนล่วงหน้าดีพอ

เสียเวลาในการขายมาก ปิดการขายไม่ได้

เสนอขายกับผู้ไม่มีอำนาจตัดสินใจ ผ่อนตาม
ลูกค้ามากเกินไป

ข้อโต้แย้งลักษณะนี้ แก้ไขได้ไม่ยาก ถ้าทราบที่เกิดเพราะความบกพร่องของตัวนักขายเองก็แก้ไขปรับปรุงเสียในตอนนั้น ในโอกาสต่อไป หรือกับรายต่อไป

3.2.4 ข้อโต้แย้งจากพฤติกรรมของลูกค้าผู้มุ่งหวัง

เป็นข้อโต้แย้งที่เกิดจากบุคลิกลักษณะของตัวลูกค้าผู้มุ่งหวังเอง ดังเช่น

◆ ลูกค้าผู้มุ่งหวังแสดงว่าเป็นผู้ที่เก่งกว่าพนักงานขาย เพราะเป็นคนชอบใช้อวด ยกตนข่มท่าน แนวทางรับมือคือ ปล่อยให้ลูกค้าพูดอย่างชัดคอบ คล้อยตามบางโอกาส และหาทางปิดการขาย

◆ ลูกค้าแสดงอาการหลอกพนักงานขายว่าสนใจ จริง ๆ ไม่ต้องการซื้อ แต่ให้ ความสนใจตามมารยาท กรณีนี้ถ้าแน่ใจว่าลูกค้าไม่ซื้อ ก็ไม่ควรซื้อ ควรหาทางไปขายลูกค้ารายอื่น

◆ ลูกค้ามีอาการนิ่งเฉย ไม่แสดงความคิดเห็น อาจเกิดเพราะลูกค้าไม่สนใจ หรือ ไม่มีโอกาสพูด หรือไม่ค่อยพอใจ ทางแก้คือ ใช้การถามนำให้เขาตอบ หรือถามย้ำให้เกิดความเข้าใจ

◆ ลูกค้าชอบคัดค้านอยู่เสมอ เป็นเพราะนิสัยชอบคัดค้าน บางทีเขาก็ถูกใจในสินค้าและราคาแล้ว ถ้าคิดว่าเป็นเพราะนิสัยของลูกค้าเอง นักขายควรอดทนนิ่งเงียบ ๆ และยิ้ม น้อย ๆ ก็อาจสามารถปิดการขายได้ไม่ยาก

◆ ลูกค้ากำลังมีอาการไม่ดี ไม่ปกติ เช่น กำลังโกรธ หงุดหงิด เศร้า เสียใจ ไม่อยู่ในอารมณ์ที่พร้อมต่อการเจรจาการขาย จนถึงการตัดสินใจซื้อ

◆ ลูกค้ามี ความลังเล ไม่กล้าตัดสินใจ

4. หลักการเบื้องต้นในการจัดการกับข้อโต้แย้ง

ในการขายเกือบทุกครั้งต้องเกิดข้อโต้แย้ง นักขายต้องยินดีรับคำโต้แย้งเพราะทำให้มีโอกาสได้ทราบว่าผู้มุ่งหวังมีทัศนะอย่างไร เมื่อพบกับคำโต้แย้งนักขายต้องตัดสินใจว่า นั่นคือข้อโต้แย้งที่แท้จริงหรือเพียงเพื่อแก้ตัวบายเบี่ยง หรือเพื่อเลื่อนการตัดสินใจซื้อและอะไรเป็นสาเหตุของการโต้แย้ง หลังจากนั้นต้องตัดสินใจว่าจะใช้เทคนิคหรือยุทธวิธีอย่างไร ในการจัดการกับข้อโต้แย้งให้ได้ผลดีที่สุด ซึ่งจะได้อธิบายในหัวข้อที่ 5 ต่อไป ในหัวข้อนี้จะได้อธิบายถึงหลักการพื้นฐานในการรับมือกับข้อโต้แย้ง ดังนี้

1. ยินดีต้อนรับข้อโต้แย้ง ด้วยอาการสุภาพ นุ่มนวล ด้วยความอดทน ใจเย็น ไม่ได้เถียงหรือทะเลาะกับลูกค้ามุ่งหวัง และตอบข้อโต้แย้งด้วยความเต็มใจ และเอาใจใส่ และจริงใจมั่นใจว่าสิ่งที่เราจะพูดเป็นความจริง

2. ตั้งใจรับฟัง ด้วยความสนใจ ยอมรับการแสดงออกและความคิดเห็นของลูกค้า ใช้เขาพูดจนจบอย่าขัดจังหวะหรือสอด เพื่อศึกษาว่าคำโต้แย้งและความต้องการที่แท้จริงของเขาคืออะไร ขณะรับฟังควรมีสมาธิ นิ่ง ยิ้ม ตาจ้องตาลูกค้า อย่าคิดว่าเป็นข้อโต้แย้งหรือความคิดที่ไม่เข้าท่า อย่าออกความเห็นในเชิงดูถูกลูกค้า

3. การพิจารณาจังหวะเวลาในการตอบข้อโต้แย้ง อย่างเหมาะสมจาก 4
กรณีต่อไปนี้

(1) ตอบข้อโต้แย้งก่อนที่ลูกค้าจะถาม เป็นการเตรียมตัวล่วงหน้าของนักขาย
เกี่ยวกับข้อโต้แย้งที่คาดว่าลูกค้าจะถาม โดยกล่าวถึงขึ้นมาก่อน

(2) ตอบข้อโต้แย้งทันทีที่ลูกค้าถาม โดยตอบให้กระชับได้ใจความ เข้าใจง่าย
ไม่อ้อมค้อม วกวน ยืดเยื้อ

(3) ตอบคำโต้แย้งหลังจากที่ลูกค้าถามแล้วสักระยะ เมื่อลูกค้าโต้แย้งมา
นักขายอาจนั่งประมาณ 1 นาที เพื่อพิจารณาอารมณ์ของลูกค้า และเพื่อพิจารณาถึงคำโต้แย้ง
หรือคำถามว่าอาจเป็นคำถามที่ไม่น่าตอบหรือไม่อยากจะตอบ

(4) เลื่อนการตอบคำถามไปก่อน หรือไม่ตอบคำถามเลย ใช้ในกรณีที่พนักงาน
ขายเห็นว่า เป็นข้อโต้แย้งที่ไม่สำคัญ ไม่รุนแรง ไม่เกี่ยวกับการเสนอขาย หรือบางครั้งนักขายไม่
มีคำตอบที่ดีพอสำหรับลูกค้า อาจพูดเลื่อนการตอบคำถามไปก่อนว่าเอาไว้คุยเรื่องนี้กันภายหลัง
นะคะ/ครับ หรือทำเฉย ๆ ไปไม่ตอบ แล้วพูดประเด็นอื่นต่อไป หรืออาจตอบว่า ไม่ทราบว่ามี
ปัญหาอื่นอีกไหมคะ หลายกรณีนักขายไม่ควรรีบร้อนตอบข้อโต้แย้งเร็วเกินไป

4. พุดซ้ำวลีและคำโต้แย้ง การพูดทวนคำโต้แย้งที่ลูกค้าพูดมาจะทำให้พนักงาน
ได้รับประโยชน์ คือ

→ ผู้มุ่งหวังเกิดความมั่นใจว่า นักขายเข้าใจ นับถือข้อโต้แย้งและยินดีรับฟัง
ด้วยความเข้าใจได้

→ ทำให้พนักงานมีเวลาคิดว่า ควรจะตอบข้อโต้แย้งนั้นอย่างไร

→ เป็นการขจัดข้อโต้แย้งได้อย่างแนบเนียน (พูดซ้ำทวน แต่ไม่ตอบคำโต้แย้ง
นั้น ถ้าเห็นว่าไม่ใช่ข้อโต้แย้งที่แท้จริง หรือสมเหตุสมผล)

→ การทวนวลีและพูดซ้ำคำโต้แย้งของผู้มุ่งหวัง โดยการทำให้เป็นประโยค
คำถาม นอกจากจะทำให้ข้อโต้แย้งลดความรุนแรงลงแล้ว ยังช่วยให้รู้ว่าข้อโต้แย้งนั้น เป็นข้อ
โต้แย้งที่แท้จริงหรือไม่

ตัวอย่างเช่น ลูกค้าตำหนิว่าราคาแพงเกินไป

นักขาย “คุณพี เห็นว่าราคาแพงเกินไป ใช่ไหมครับ”

5. เทคนิคการใช้คำถาม การใช้คำถามทำให้สามารถค้นหาข้อโต้แย้งที่แท้จริง ทำให้ผู้มุ่งหวังแสดงออกถึงความคิด ความต้องการของเขา ดังตัวอย่าง

“คุณเป็นกันเองกับผมมาก อะไรครับเป็นสาเหตุที่แท้ในการที่คุณยังไม่ตัดสินใจการชำระเงินหรือครับ”

“ขอให้ท่านเลิกนึกว่าผมเป็นคนขาย ให้เรามาคิดว่าเป็นพี่น้องกำลังถกปัญหา กันนะครับ อะไรครับที่เป็นความรู้สึกที่แท้จริงเกี่ยวกับข้อเสนอนี้”

“คุณพุดหัดครับ ผมรู้สึกว่าเมื่อเหตุผลบางอย่างยังรบกวนใจคุณอยู่นอกเหนือจากที่เราได้คุยกันแล้ว ขอถามได้ไหมครับว่า สิ่งนั้นคืออะไร”

“เหตุผลอะไรที่ทำให้คุณกล่าวอย่างนั้นครับ”

“แค่เรื่องนั้น (เช่น ราคาแพง, ไม่มั่นใจบริการ ฯลฯ ที่ลูกค้าได้พูดขึ้นมา) ไรใหม่ครับที่ทำให้คุณไม่ตัดสินใจ”

การค้นหาข้อโต้แย้งที่แท้จริง อาจใช้คำถามว่า “อะไร” “ทำไม” อย่างได้ผลดัง ตัวอย่าง

“ถ้าคุณตัดสินใจซื้อแล้ว อะไรครับ ที่คุณคิดว่าต้องการมากที่สุด”

“ทำไม คุณจึงไม่ตัดสินใจซื้อเดี๋ยวนี้ครับ จะได้ว่าสิ่งนี้ให้ประโยชน์ทันทีทันใด”

อาจใช้การถามนำ ให้ลูกค้าตอบตามที่นักขายต้องการ เช่น

“สมมติว่า.....หรือหากเป็นคุณ.....คุณจะคิดอย่างไร.....ใช้ไหมคะ”

6. สนใจเพียงข้อโต้แย้งที่แท้จริงที่เกี่ยวกับการเสนอขาย และใช้ความแนบเนียนในการดึงกลับมา

นักขายบางคนทำผิดโดยการตกหลุม คุยเรื่องการเมือง ศาสนา เศรษฐกิจ ความเป็นไปในท้องถิ่น หรือเรื่องอื่น ๆ ปกติแล้วคนเรามากมีความคิดเห็นแตกต่างกันในเรื่องต่างๆ ดังกล่าว อาจมีข้อโต้แย้งในเรื่องอื่นเหล่านี้ บางทีผู้มุ่งหวังจะรู้สึกไม่เห็นด้วย หลายคนต้องเสียการขายไปเพราะจุดเล็ก ๆ เหล่านี้ หากรู้ตัวว่าตกหลุมพรางหรือออกนอกเรื่อง ต้องใช้ความแนบเนียนในการถอนตัวออกมา โดยการไม่ได้เสียดัง ต่อไปนี่คือ ตัวอย่างบางประโยคที่ช่วยให้หลุดพ้นจากสถานการณ์นั้นได้

“ค่ะ ดิฉันนับถือความคิดเห็นของคุณในเรื่องนั้นจริง ๆ ด้วย แต่ดิฉันขอถามบางอย่างหน่อยค่ะ เกี่ยวกับข้อเสนอของดิฉัน.....”

“ความคิดของคุณที่ยกขึ้นมาดีมาก แต่คุณอาจรู้สึกอย่างนั้น เพราะผมไม่ได้พูดข้อเท็จจริงอย่างกระจ่าง ยกตัวอย่างเช่น(ดึงกลับมาเรื่องของการเสนอขาย).....”

7. การปฏิเสธทางอ้อม หรือเรียกว่าเทคนิคครับ.....แต่ เป็นวิธีที่นิยมใช้กันมาก เพราะเป็นวิธีที่แนบเนียนในการปฏิเสธคำโต้แย้งโดยปราศจากการโต้เถียง

ตัวอย่าง

ลูกค้า : “ดิฉันไม่คิดว่าสินค้าของคุณจะดีอย่างที่คุณพูด”

นักขาย : ครับ คุณผู้หญิง แต่คุณลองสัมผัสผ้านี้ดูสิครับ นุ่มไหมครับ ลองขยี้ดูสิครับ ไม่ยับเลยใช่ไหมครับ”

ลูกค้า : ราคาสินค้าของคุณแพงมากเลย”

นักขาย : ครับ ผมเข้าใจคุณกมล ที่คุณรู้สึกเช่นนั้น ใครๆ ก็รู้สึกอย่างนั้น เพราะเหตุนี้ผมจึงอยากเน้นให้เห็นถึงคุณสมบัติพิเศษของสินค้านั้น คุณลองดูสิครับ ลองกดปุ่ม ลองใช้ดูสิครับ”

8. การปฏิเสธโดยตรงหรือการขัดแย้ง จะใช้วิธีนี้ในกรณีที่ไม่อาจหลีกเลี่ยงได้จริง ๆ หรือใช้ในกรณีที่มีการยกข้อโต้แย้งผิด ๆ หรือโจมตีบริษัท ผลิตภัณฑ์อย่างไม่เป็นธรรม โดยต้องใช้อย่างระมัดระวังและจริงจังด้วยวิธีการที่นุ่มนวลและควรไม่ให้ขัดแย้งกับความภูมิใจส่วนตัวของผู้มุ่งหวัง และสามารถลดความแรงของการขัดแย้งลงด้วยการตอบข้อโต้แย้ง (ที่ไม่เป็นจริงเหล่านั้น) ด้วยการเปลี่ยนเป็นคำถาม มิใช่แค่การให้ข้อเท็จจริง ดังตัวอย่าง

ผู้มุ่งหวัง : ทำไมบริษัทของคุณบริการแย่มากเลย แผนกส่งของของคุณทำงานช้ามาก แล้วยังส่งผิดส่งถูกอีก”

นักขาย (ปฏิเสธโดยตรงอย่างจริงจัง) “คุณประกอบครับ ไม่จริงมังครับ ลูกค้าทั้งหมดของผมต่างบอกว่า แผนกส่งของให้บริการดีกว่าบริษัทอื่น ๆ ทั้งหมด คุณลองยกตัวอย่างชี้ว่า ให้บริการไม่ดีแก่คุณอย่างไรบ้าง บางทีผมจะช่วยจัดการให้ได้ ครับ”

9. การศอกกลับ หรือเทคนิคบูมเมอแรง

เทคนิคนี้ใช้คำโต้แย้งของผู้มุ่งหวังย้อนไปเป็นเหตุผลว่า ทำไมเขาจึงควรซื้อ อาจใช้ตอนสุดท้ายของการสัมภาษณ์ขาย เมื่อตอบคำโต้แย้งนี้แล้วจะปิดการขายทันที การใช้เทคนิคบูมเมอแรงร่วมกับเทคนิคปิดการขาย เรียกว่า “การปิดบนข้อโต้แย้ง”

การใช้วิธีนี้จะได้ดีหากนักขายมีความชำนาญ และควรตอบด้วยอาการยิ้มแย้ม ทำที่เป็นมิตร เพราะเป็นเทคนิคที่ดูแข็งกร้าว

เทคนิคบูมเมอแรงอาจทำโดยการใช้คำถาม (ข้อโต้แย้งนั้น) ถามกลับต่อลูกค้า ใช้ในการป้องกันคำกล่าวอ้างที่ไม่เป็นความจริง ถ้าลูกค้าไม่สามารถตอบคำถามได้ก็อาจยกเลิกข้อโต้แย้งนี้ ดังตัวอย่าง

ลูกค้า “ทำไมราคาของที่นี่จึงแพงกว่าที่อื่น

นักขาย “เหรออครับ ที่อื่นเขาขายราคาเท่าไรครับ”

ตัวอย่างเทคนิคบูมเมอแรง กรณีใช้ข้อโต้แย้งย้อนไปเป็นสาเหตุซื้อ

ผู้มุ่งหวัง “ผมไม่มีเงินซื้อตอนนี้ได้”

นักขาย “คุณสุรินทร์ครับ เป็นธรรมดาที่คุณต้องรู้สึกอย่างนั้น แต่ในระยะราคาขึ้นพรวดพราดอย่างนี้ คุณจะซื้อเดี๋ยวนี้หรือครับ”

หรือ นักขาย “คุณสุรินทร์ครับ คุณว่าคุณไม่อาจซื้อเดี๋ยวนี้ แต่นั่นเองเป็นเหตุผลว่าทำไมคุณต้องซื้อเดี๋ยวนี้”

ลูกค้า อาจตอบว่า “ทำไม”

นักขาย “เพราะถ้าคุณไม่ซื้อตอนนี้ คุณจะไม่ได้ราคานี้อีก เพราะราคากำลังจะขึ้นอีกมาก”

นักขายต้องสรุปเหตุผลว่าทำไมต้องซื้อเดี๋ยวนี้ และลองปิดการขายทันที

10. การเห็นด้วยกับข้อโต้แย้งบางส่วน โดยยกคำโต้แย้งขึ้นมากล่าวซ้ำหรือกล่าวเห็นด้วยกับบางส่วน แต่ไม่ได้หมายความว่า จะยอมรับว่าความคิดเห็นของผู้มุ่งหวังถูกต้อง เราอาจเรียกเทคนิคนี้ว่า เทคนิคแบบกันชน ดังตัวอย่าง

ผู้มุ่งหวัง “ผมคิดว่าราคาของคุณที่เสนอมานี้ แพงจนจับไม่ลง”

นักขาย “ครับ ผมเชื่อว่าคุณต้องมีเหตุผลที่จะรู้สึกว่าการราคาของเราสูง ครับ
คุณสมสมครับ ผมคิดว่าเราจะได้คุยกันต่อไปอย่างถี่ถ้วน”

11. **ใช้วิธีเปลี่ยนข้อโต้แย้งเป็นการขาย** วิธีการเปลี่ยนข้อโต้แย้งเป็นการขาย
สามารถกระทำได้โดย

☛ การวางตัวแต่แรกให้มีบทบาทในการตอบคำถามมากกว่าเป็นผู้ตอบข้อโต้แย้ง โดยการเชิญชวนให้ลูกค้าถามขึ้นมาได้อย่างอิสระตลอดการสนทนาการขาย โดยนักขายเสนอตัวว่าพร้อมที่จะอธิบายและตอบคำถาม

“คุณสุ่นัยครับ ในขณะที่เราอภิปรายข้อเสนอนี้ คุณถามปัญหาได้อย่างสบายตอนไหนก็ได้ครับ ผมยินดีตอบคำถามนั้นทุกเวลาครับ ถือว่าเป็นหน้าที่ของผมที่ต้องให้คุณได้รับความกระจ่างนะครับ”

☛ ให้เทคนิคกันชน

☛ ให้เทคนิคนุ่มนวลแรง หรือการใช้ศอกกลับ

12. **เทคนิคการชดเชยหรือยกจุดเด่น**

นักขายพยายามนำเอาจุดที่เป็นจุดด้อยมาเป็นจุดเด่น ใจให้ผู้ซื้อเห็นประโยชน์จากสิ่งที่เสียประโยชน์ เช่นการขายบ้านจัดสรร ซึ่งอยู่ค่อนข้างไกลในซอยลึก นักขายอาจตอบข้อโต้แย้งว่า

“ครับ บ้านที่อยู่ไกลในราคาเดียวกันกับของเราเนี่ย คงได้แค่ทาวน์เฮาส์แคบ ๆ แต่เนี่ยเป็นบ้านเดี่ยว มีบริเวณกว้าง มีความสงบ เป็นส่วนตัว อยู่ลึกนิดนึงแต่ก็มีรถสองแถวเข้าออกตลอดนะครับ”

“ครับ เพราะบ้านของเราอยู่ในพื้นที่สีเขียว อากาศบริสุทธิ์ที่หาไม่ได้จากบ้านในเมือง ในราคาต่ำขนาดนี้ หากอีกไม่ได้แล้วนะครับ”

13. การไม่ตอบข้อโต้แย้ง หรือการผ่านเลยไป ใช้กับข้อโต้แย้งที่ไร้สาระหรือไม่จริง หรือไม่เกี่ยวข้องกับสำคัญกับการเสนอขาย ควรทำไม่รู้ไม่ชี้แล้วผ่านเลยไป

14. การฝึกการตอบข้อโต้แย้ง และเตรียมตอบข้อโต้แย้งที่คาดว่าลูกค้าจะถามไว้ล่วงหน้า ทำให้ตอบได้อย่างคล่องแคล่ว มั่นใจ

15. ใช้การอ้างอิงถึงบุคคลอื่น การอ้างอิงถึงบุคคลที่เป็นที่ยอมรับของสังคมหรือบุคคลชั้นนำในวงการต่าง ๆ โดยบอกลูกค้าว่าบุคคลเหล่านั้น เคยมีคำถามเช่นนี้ แต่เมื่อได้อธิบายให้เข้าใจก็ตกลงซื้อ ปัจจุบันกลายเป็นลูกค้าประจำหรืออาจใช้วิธีการยกย่องลูกค้าว่าเป็นผู้มีคุณสมบัติความเหมาะสมเช่นเดียวกับลูกค้ารายอื่น ๆ

5. แนวทางรับตอบโต้แย้งแต่ละประเภท

หัวข้อที่ 4 ได้อธิบายถึงเทคนิควิธีการพื้นฐานในการรับมือกับข้อโต้แย้งโดยทั่วไป ถ้าจะพิจารณาถึงยุทธวิธีหรือแนวทางการตอบข้อโต้แย้งในแต่ละประเด็นที่สำคัญ ศึกษาได้จากตัวอย่าง ต่อไปนี้

5.1 การตอบข้อโต้แย้งเกี่ยวกับราคา

จากที่กล่าวมาแล้วว่าการโต้แย้งเรื่องราคาเป็นข้อโต้แย้งสามัญที่พบมากที่สุด นักขายควรเตรียมตัวรับมือกับเรื่องนี้ไว้ล่วงหน้าให้ดี

5.1.1 หลักทั่วไปในการตอบข้อโต้แย้งเรื่องราคา มีดังนี้

1. เลื่อนการตอบเรื่องราคาให้อยู่หลังสุดของการเจรจาการขาย ให้ยึดหลักว่าผู้มุ่งหวังควรรู้คุณภาพก่อนราคา (ยกเว้นว่าใช้นโยบายราคาต่ำกว่าคนอื่นจริง ๆ และต้องการใช้ราคาเป็นตัวดึงดูดความสนใจ) ถ้าราคาสูง ต้องพูดทีหลัง ถ้าผู้มุ่งหวังยกประเด็นนี้ขึ้นมาในตอนแรก ให้ทำไม่รู้ไม่ชี้ไปก่อน หรือตอบคำถามอื่น ๆ ให้ฟังพอใจก่อน เลื่อนการตอบไปก่อน หรืออาจตอบทันทีแล้วลองปิดการขาย

2. ไม่ตอบจนกว่าเรียนรู้ว่าลูกค้ามีเหตุผลที่แท้จริงอย่างไร ด้วยการใช้เทคนิคการใช้คำถาม ดังที่อธิบายมาในหัวข้อที่แล้ว
3. ตอบด้วยการทำให้ผู้มุ่งหวังตระหนักว่าผลิตภัณฑ์มีค่าเกินกว่าราคาต้องเน้นที่คุณสมบัติ จุดเด่น ผลประโยชน์ (ตามเทคนิค FAB)
4. อธิบายถึงหลักผลประโยชน์ที่ช่วยให้ราคายุติธรรมขึ้น
5. ใช้เทคนิคที่ช่วยพิสูจน์คุณค่า และราคายุติธรรม
6. เตรียมคำตอบมาตรฐานในการตอบข้อโต้แย้งหรือราคาโดยเฉพาะ

5.1.2 ผลประโยชน์ที่ช่วยเพิ่มคุณค่าของผลิตภัณฑ์

นักขายสามารถอธิบายชี้แจงถึงผลประโยชน์ต่าง ๆ ของผลิตภัณฑ์ เพื่อเพิ่มคุณค่า (Value) ให้เกินกว่าราคา หรือยุติธรรมต่อราคา ทำให้ผู้บริโภคมีความไวต่อราคาลดลง ให้ความสนใจกับราคาของผลิตภัณฑ์น้อยลง โดยอธิบายในแง่ต่าง ๆ เหล่านี้

- ความพึงพอใจ
- ความภูมิใจ
- คุณภาพ
- การบริการ
- คุณค่ายาวนาน
- ผลกำไร
- การประหยัดค่าใช้จ่าย/ต้นทุน ในระยะยาว
- ความสะดวกสบาย
- รูปลักษณ์
- การบรรจุกีบห่อ

5.1.3 เทคนิคที่ช่วยพิสูจน์คุณค่าและราคายุติธรรม

นักขายอาจใช้เทคนิคที่ทำให้ราคายุติธรรมมากขึ้น ราคาดูน้อยลงได้ดังนี้

✳ การแตกราคาให้เป็นหน่วยย่อย ๆ สินค้าราคาสูง ที่ต้องใช้เวลาชาระนาน เช่นแตกราคาเป็นต่อวัน ต่อสัปดาห์ ต่อเดือน

“เพียงวันละ 99 บาทเท่านั้น คุณสามารถเป็นเจ้าของห้องพักสุดหรู ในทำเลสะดวกสบายได้”

“คุณคะ เพิ่มต่อสัปดาห์เพียงเล็กน้อยเท่านั้น เพียง 100 บาท ประหยัดกว่าค่ามอเตอร์ไซค์เช่าออกชอยของคนทั้งบ้านเสียอีกนะคะ” (เปรียบเทียบคอนโดมิเนียมใกล้ถนนใหญ่ที่แพงกว่าโครงการในชอยลึก)

✱ เปลี่ยนราคาที่สูงให้เป็นทรัพย์สินแทนที่จะเป็นหนี้สิน

“ซื้อบ้านเป็นกรรมสิทธิ์ของตัวเองโดยจ่ายเพิ่มอีกนิด ดีกว่าเช่าบ้านอยู่นะคะ”

✱ ยอมรับว่าราคาสูง แต่ก็ขาย ยอมรับว่าราคาสูงจริง แล้วเริ่มพิสูจน์หรือ
สาธิตคุณภาพ/คุณสมบัติพิเศษที่แสดงให้เห็นว่าราคายุติธรรม

✱ แสดงถึงการสูญเสียจากการไม่ได้มีสินค้าหรือบริการที่เสนอขาย แสดงให้
เห็นว่าราคายังเป็นรอง เมื่อเทียบกับความเสียหายหากไม่ซื้อสินค้าหรือบริการ

“ทราบข่าว คุณ.....ที่เพิ่งประสบอุบัติเหตุเสียชีวิต เมื่อวันก่อนไหมครับ ลูก 2 คนยังเล็ก
อยู่เลย น่าเสียดายมากที่เขาไม่ได้ทำประกันชีวิตเอาไว้”

✱ เสนอข้อพิสูจน์ว่าผู้มุ่งหวังจะได้รับมากกว่าที่จ่ายไป

“สินค้าเราราคาสูงกว่าคู่แข่งเพียง 15% คิดแล้วแค่ 2,000 พันกว่าบาท แต่เราบริการและ
รับประกันให้ถึง 5 ปี ในขณะที่คู่แข่งบริการเพียง 2 ปี คิดแล้วค่าบริการตกถึงปีละ 2,000 บาท
คุณประหยัดค่าบริการได้เป็นหมื่น คิดดูสิครับว่าของเราคุ้มกว่าแค่ไหน”

5.14 แนวทางคำตอบข้อโต้แย้งเรื่องราคา

ข้อโต้แย้ง

คำตอบ

ราคาของคุณสูงเกินไป

อย่าเอาชนะกันด้วยราคาเพียงอย่างเดียว แต่พูดกับผู้มุ่งหวังใน
เรื่องคุณค่า คุณภาพ ความพึงพอใจ ความภาคภูมิใจ กำไร หรือ
บริการ ดังตัวอย่าง

“ครับ ดิฉันไม่ปฏิเสธว่าถูกหรือแพง แต่ด้านคุณภาพแล้วดิฉัน
ครับ ใช้ประโยชน์ได้นาน เกินคุ้มครับ”

“คุณยกประเด็นที่ดีมากค่ะ คุณอมร ดิฉันไม่ยอมเสนอสินค้า
ราคาต่ำ ประเด็นที่ดีฉันพูดถึงคือคุณค่าของเงินของคุณ และนี่
เป็นเหตุผลว่า ทำไมสินค้าของเราจึงคุ้มค่ากว่า

ข้อโต้แย้ง

คำตอบ

ราคาของคุณสูงกว่าที่อื่น

นักขายควรหลีกเลี่ยงการโต้เถียงและชี้ให้เห็นความแตกต่าง (อาจใช้การเปรียบเทียบตรง ๆ กรณีสินค้าเราเหนือกว่าอย่างชัดเจน หรือหลีกเลี่ยงการเปรียบเทียบโดยตรง กรณีสินค้าใกล้เคียงกัน แต่ของนักขายราคาสูงกว่าจริง)

“ครับ คุณวรากร ราคาของเราสูง เราขายปีละเป็นพันเครื่อง ทั่วโลก เพราะคุณภาพที่เหนือกว่า”

“ถ้าราคาของบริษัท.....ต่ำกว่า นั่นเป็นสิ่งที่บอกคุณค่าของสิ่งที่เขากำลังเสนอให้คุณได้ไม่ใช่หรือครับ”

ราคาคุณสูงกว่ายี่ห้ออื่น

“ครับ คุณอาจซื้อได้ราคานี้ แต่ผมรู้เรื่องฝีมือและวัตถุดิบที่ใช้ผลิตสินค้าพวกนี้ดี ความรู้นี้ให้ความมั่นใจแก่ผมที่จะพูดได้ว่า สินค้าของเรามีคุณภาพมากกว่า คู่แข่งของคุณกว่ายี่ห้ออื่นในตลาด นะครับ”

“คุณลองเปรียบเทียบดูสิคะ ต่อพื้นที่ใช้สอย ต่อสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีให้ ต่อทำเลที่ตั้ง ของเราเหนือกว่าเพียงใด”

ค่าใช้จ่ายสูงกว่างบประมาณที่มีไม่ได้เตรียมงบ/เงินไว้สำหรับค่าใช้จ่ายส่วนนี้

ควรแสดงข้อเท็จจริง และตัวเลขให้เห็นว่าสินค้าจะช่วยเพิ่มกำไร และตัดค่าใช้จ่ายได้ในระยะยาว จะมีผลเสียหายเพียงใด หากไม่มีสินค้า

“งบประมาณก็เป็นปัญหาหนึ่ง คุณสมพลครับ ขอให้ผมแสดงข้อเท็จจริงและตัวเลขว่า เครื่องจักรของเราจะเพิ่มกำไรให้คุณในปีงบประมาณนี้ได้มากเพียงไร ขอให้คุณตรวจสอบตัวเลขที่เปรียบเทียบนี้ เพื่อจะให้เห็นค่าใช้จ่ายที่แท้จริง.....”

ข้อโต้แย้ง

คำตอบ

- ไม่ได้เตรียมงบไว้สำหรับ ตัวอย่าง “การโต้ตอบของผู้มุ่งหวังกับนักขายประกัน”
- ค่าใช้จ่ายส่วนนี้ยังมีภาระ นักขาย : (ใช้คำถามนำ) ไม่ทราบว่าจะทำธุรกิจ คุณพีใช้ทุนของ
อีกมาก ตัวเองหรือเปล่า
- ผู้มุ่งหวัง : ก็มีเบิกเงินบัญชีธนาคารอยู่นะครับ
- นักขาย : ทำการอธิบายชี้ให้เห็นถึงประโยชน์ของการประกันที่จะ
คุ้มครองธุรกิจของผู้มุ่งหวัง
- (โต้แย้ง) ผู้มุ่งหวัง : ผมยังมีภาระต้องส่งธนาคารอีกมาก ไม่มีงบจะทำ
ประกันหรอกนะ
- นักขาย : ตอนนี้อยู่เสียดอกเบี้ยในอัตราที่ % ครับ ช่วงนี้อาจรอฟัง
คำตอบว่าเท่าใดก่อนแล้วจึงพูดต่อว่า ครับถ้าธนาคาร
ขึ้นดอกเบี้ย คุณพียังจะใช้บริการธนาคารหรือไม่ครับ
- ผู้มุ่งหวัง : อ้อ ก็ยังคงต้องใช้บริการอยู่
- นักขาย : ถ้าคุณพีไม่อยู่ จะพูดกับธนาคารได้ใหม่ว่าอย่ายึดบ้าน
ยึดที่ดิน
- ผู้มุ่งหวัง : ไม่ได้หรอก
- นักขาย : แต่มีธนาคารหนึ่งที่จะการันตีว่าไม่ยึดแน่ ๆ โดยคุณพี
จ่ายเงินเพิ่มแค่ 2-3% เปรียบเหมือนดอกเบี้ยที่เพิ่มขึ้น
ดีมากเลยใช่ไหมครับ..... ผู้มุ่งหวังอาจหมดคำโต้แย้ง
จากนั้นก็ทำการปิดการขาย

5.2 การตอบข้อโต้แย้งเรื่องไม่สนใจ ไม่ต้องการ

ข้อโต้แย้ง

แนวทางการตอบ

ไม่สนใจ

ฉันไม่สนใจ

ยังไม่สนใจสินค้าของคุณ

อาจใช้ “คำถาม” ความสนใจที่แท้จริงโดยตรงไปตรงมาว่า
ทำไมจึงไม่สนใจ เช่น

“คุณวัชรินทร์ ครับ ดิฉันดีใจที่ได้มีโอกาสคุยกับคุณ เนื่องจาก
คุณยังไม่สนใจที่จะซื้อตอนนี้ ขอช่วยบอกความสนใจส่วนตัวของ
คุณหน่อยค่ะว่า ทำไมคุณจึงยังไม่สนใจ”

ผมยังไม่สนใจนะสินค้าของ
คุณนะ จะเสียเวลาคุณนะ

“ไม่เป็นไรครับ เรื่องเสียเวลา อยากรได้แลกเปลี่ยนความคิดเห็น
กัน ที่อาจเป็นประโยชน์กับคุณครับ”

“ลูกค้าที่ดีของเราหลายท่าน เริ่มต้นความสัมพันธ์กับเราด้วย
ประโยคนี้ จนกระทั่งดิฉันได้แสดงให้เห็นว่า ผลิตภัณฑ์ของเรา
สามารถช่วยเพิ่มรายได้ของเขาได้อย่างไร พวกเขาสนใจมาก
ดิฉันอยากจะบอกสิ่งเหล่านี้กับคุณเดี๋ยวนี้เลยจะได้ไหมคะ”

“ไม่ทราบว่าคุณจะสนใจการประหยัดเงินของคุณหรือเปล่า/คุณ
สนใจในการปรับปรุงผลผลิตของคุณหรือไม่/คุณสนใจที่จะลด
ปัญหาของคุณลงบ้างไหม ถ้าคุณสนใจคำถามเหล่านี้เราจำเป็นต้อง
คุยกันนะครับ เพื่อจะได้ทราบว่าเราทำอะไรให้คุณได้บ้าง

ขอดูให้ทั่ว ๆ ก่อนตัดสินใจ
เพียงขอบปิ้งหรือเดินดู

“คุณมีชัยครับ ผมยินดีที่ได้มีโอกาสต้อนรับคุณ ทางเรามีสินค้า
ให้เลือกอย่างจุใจ ขอช่วยบอกความรู้สึกส่วนตัวของคุณหน่อย
ครับว่า ทำไมจึงอยากเดินดูก่อน (หรือมีเหตุผลที่แท้จริงต่อคำ
เสนออย่างไรครับ”

ไม่สนใจ

อาจถามว่าเขาเคยใช้ เคยเห็นสินค้านี้หรือยัง นี่เราขายเสนอให้ ลองใช้ดูหรือสาธิตหรือให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์

ถ้าตอบคำถามเหล่านี้แล้วยังไม่สนใจ ก็คงปิดการส่งเอกสารให้เร็วที่สุด แล้วหลังจาก ถ้าเกิดความสนใจ แต่ยังไม่ตัดสินใจ ลองปิดการขาย หรือนัดหมายเข้าพบอีกครั้ง

ไม่จำเป็น ไม่ต้องการ

ฉันพอใจสิ่งที่มีอยู่ ทำไมต้อง
เปลี่ยนด้วยเล่า
อุปกรณ์ที่มีอยู่คืออยู่
ชอบของเดิมและยังไม่อยาก
เปลี่ยน

พยายามชี้แจงด้วยเหตุผลทางสร้างสรรค์ให้เขาเห็นว่าทำไม
สถานการณ์ปัจจุบันจึงไม่น่าพอใจอย่างยิ่ง และแสดงสิ่งใหม่หรือ
ความแตกต่างให้เขาเห็นอย่างชัดเจน เปลี่ยนเทียบแล้วบ่งชี้ให้เห็น
เขาเลือก

ยังไม่มีที่ว่างสำหรับสินค้า
ของคุณในตอนนี้

อธิบายว่าสินค้านั้นออกตัวง่าย และเร็วกว่า ทำให้ได้รายได้มากกว่า
กว่า กำไรสูงกว่า

5.3 การรับมือกับข้อโต้แย้งเรื่องสินค้า

โดยทั่วไปถ้าลูกค้ามุ่งหวังโต้แย้งเรื่องสินค้าขึ้นมาตั้งแต่ตอนแรกของการสนทนาขาย มักเป็นข้อโต้แย้งเพื่อแก้ตัว ควรรับมือโดยใช้เทคนิคผ่านเลยไป ถ้าเกิดระหว่างกลางหรือหลังการขาย เจรจา จัดเป็นข้อโต้แย้งที่ชี้ให้เห็นการแข่งขัน ผู้มุ่งหวังมักต้องการให้พิสูจน์ถึงผลประโยชน์ที่เขาจะได้รับอย่างเต็มที่ ต้องการความมั่นใจต่อการตัดสินใจ

แนวทางการตอบข้อโต้แย้งเกี่ยวกับสินค้า มีดังนี้

ข้อโต้แย้ง

แนวทางการตอบ

ใหม่เกินไป, ไม่เป็นที่รู้จักกัน
แสดงข้อมูลเกี่ยวกับการวิจัยตลาด การทดลองตลาดก่อนวางจำหน่าย การที่บริษัทได้ทุ่มเทเงินจำนวนมากในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ แสดงโฆษณาหรือการส่งเสริมการขายต่าง ๆ ที่จะช่วยให้สินค้าเป็นที่รู้จัก สาธิตให้ดู เน้นผลประโยชน์ คุณค่า คุณภาพ และการปฏิบัติงานของสินค้า

ไม่เคยเห็น/ไม่เคยได้ยินชื่อมาก่อน
ชี้แจงว่าบริษัทไม่ได้โฆษณาทางสื่อมวลชน แต่ใช้การแนะนำปากต่อปาก

อยู่ในตลาดนาน ไม่มีใครถามถึง
นักขายต้องใช้ความรู้เกี่ยวกับสินค้าของนักขายและของคู่แข่ง ยกตัวอย่างที่สินค้าขายดี ยกเครื่องมือช่วยขาย เช่น ตัวเลขสถิติ คำรับรอง ช่วยในการพิสูจน์คำพูด ให้คำแนะนำทางการตลาดที่เหมาะสม เสนอแนะว่าจะช่วยเพิ่มรายได้ ผลกำไร นักขายต้องมีท่าทีกระตือรือร้น

ไม่อยู่ในประเภทที่เราจะขาย
อธิบายว่าสินค้าใหม่ ๆ ช่วยดึงดูดลูกค้าใหม่ ๆ ได้ดี และช่วยให้ลูกค้าเจ้าเก่าซื้อเพิ่มขึ้นกว่าเดิม ช่วยในการแข่งขันของร้านค้าเล็กๆ

ข้อโต้แย้ง

แนวทางการตอบ

สงสัยว่าให้ประโยชน์อย่าง นักขายพูดหรือไม่	ถ้าพบว่าเป็นข้อสงสัยที่แท้จริง ต้องสร้างความมั่นใจโดยการ พิสูจน์ให้เห็น แสดงการรับรอง รับประกัน
ข่าวลือเกี่ยวกับปัญหาหรือ ความไม่พอใจ	ถ้าพบว่าเป็นจริงพยายามแก้ปัญหา หรือให้ผู้มุ่งหวังรู้ว่าปัญหา นั้นถูกแก้ไขแล้ว ทุกอย่างดีขึ้นเปลี่ยนแปลงไปแล้ว และพยายาม เน้นถึงผลประโยชน์ เน้นการรับประกัน หรือการบริการหลังการ ขาย
ยุ่งยากซับซ้อนเกินไป	สาธิตหรือแสดงสินค้าอย่างคล่องแคล่วกระตือรือร้นว่าใช้งานง่าย เพียงใด อธิบายว่าถ้าคุ้นเคยแล้ว การปฏิบัติงานของสินค้าเป็น เรื่องง่ายและสะดวกสบาย ให้ผู้มุ่งหวังเข้ามามีส่วนร่วมในการลองใช้สินค้า เน้นผลประโยชน์ ที่เขาจะได้รับ

5.4 การตอบข้อโต้แย้งเรื่องบริษัทหรือแหล่งสินค้า

ข้อโต้แย้งลักษณะนี้ถ้าเกิดตอนต้นของการสนทนาการขาย อาจเป็นเพียงข้อแก้ตัว
ถ้าเกิดภายหลัง ต้องให้ความเอาใจใส่ในการตอบข้อโต้แย้ง ดังตัวอย่างของประเด็นดังนี้

ข้อโต้แย้ง

แนวทางตอบข้อโต้แย้ง

บริษัทอื่นให้บริการดี กว่า รวดเร็วกว่า	เสนอเหตุผล พยานหลักฐานที่แสดงให้เห็นว่าบริการของบริษัท นักขายทำงานดีกว่า เช่น จากคำรับรองของลูกค้าบริเวณนั้น หนังสือรับประกัน วันที่ในใบส่งของ เอกสารของผู้ขนส่ง
---	--

ข้อโต้แย้ง

แนวทางการขอข้อโต้แย้ง

ชื่อจากบริษัทอื่นมานาน
และยังพอใจบริการของ
เขาอยู่ พวกเขาให้สินค้า
ของบริษัทอื่นอยู่ ตอนนี้นัด
ยังไม่ใช้ของคุณ

ฉันชื่อจากบริษัท ABC
เพราะมีเพื่อนหรือญาติ
อยู่ที่นั่น

ฉันชอบชื่อจากบริษัทใหญ่
(หรือเล็ก) มากกว่า

บริษัท (หรือพนักงานก่อน)
ทำให้เราเกิดปัญหาหลาย
ภายในอดีต จึงไม่อยาก
ติดต่อดี

พิสูจน์ให้เห็นบริการที่ดีกว่า แนะนำเขาว่าแหล่งสินค้าหลายแหล่ง
ย่อมดีกว่าแหล่งเดียว ผู้มุ่งหวังน่าจะได้รับผลประโยชน์มากกว่า
ชี้ให้เห็นว่าจะต้องมีข้อเปรียบเทียบ จะได้ตัดสินใจได้ดีที่สุด
ทั้งด้านราคา สินค้า และเงื่อนไข ตามขอใบสั่งซื้อเพื่อทดลอง
และเป็นโอกาสอันดีในการพิสูจน์ข้ออ้างของนักขาย

“ถ้าคุณเชื่อว่า เราสามารถให้ความซื่อสัตย์กับคุณได้ กรุณาให้
โอกาสเราสักครั้งได้ไหมครับ แล้วคุณจะพบว่าคุณชอบสินค้า
ของเรา”

“คุณจะไม่ลองสินค้าของเราบ้าง ให้เราได้รับใช้คุณในฐานะผู้
เสนอรายการที่ 2 ได้ไหมครับ”

ชี้ให้เห็นว่าผลประโยชน์ที่จะได้รับในแง่ผลกำไร, การรับประกัน,
คุณค่า หรือความมั่นใจ ควรมาก่อนมิตรภาพส่วนตัว ต้องแสดง
ให้ผู้มุ่งหวังเห็นว่าจะได้รับผลประโยชน์เหนือกว่าอย่างไรจากข้อ
เสนอของนักขาย

ชี้แจงว่าขนาดของบริษัทไม่ได้สำคัญเกินกว่าคุณภาพ ความเชื่อ
ถือของสินค้า หรือบริการ หรือชื่อเสียง บริษัทเล็กให้บริการเป็น
ส่วนตัวได้ดีกว่า บริษัทใหญ่ให้ข้อได้เปรียบด้านอื่น เช่น มั่นคง
ชื่อเสียง

นักขายต้องค้นให้พบปัญหาในอดีตและแก้ไขทันที ขอให้ผู้มุ่ง
หวังให้ยกโทษและลืมเรื่องเก่า ๆ เสีย ขอให้ลองเริ่มต้นกันใหม่
ด้วยบริการที่เหนือกว่า ได้รับความเอาใจใส่มากกว่า

5.5 การรับมือกับข้อโต้แย้งร้ายแรงหรือหลีกเลี่ยงการตัดสินใจ

ข้อโต้แย้ง	แนวทางรับมือ
<p>ขอผมคิดดูก่อน</p> <p>เราอยากจะทำเวลาคิดถึงก่อน</p> <p>สักหน่อย</p> <p>ยุ่งเกินกว่าจะตัดสินใจเดี๋ยวนี้</p>	<p>นักขายต้องตอบว่า ได้ครับ/ค่ะเสียก่อน จากนั้นนักขายต้องหาให้พบกับเหตุผลที่ทำให้การตัดสินใจล่าช้า อาจใช้วิธีชกอกกลับโดยการถามว่า “ทำไม” เช่น “ทำไมจึงต้องคิดละคะ” “ทำไมคุณจึงไม่ตัดสินใจเดี๋ยวนี้ล่ะครับ” “อะไรทำให้คุณยังไม่ตัดสินใจในขณะนี้ครับ”</p> <p>ถ้าเขาเพียงแก้ตัวและไม่ทันคิดได้ตอบ อาจเห็นด้วยว่า ไม่มีเหตุผลที่ต้องล่าช้า นักขายควรปิดการขายทันที ถ้าเป็นข้อโต้แย้งแท้จริง แสดงว่าลูกค้ามีความลังเล นักขายต้องช่วยให้เขาตัดสินใจ อาจโดยการเสนอสิ่งจูงใจพิเศษสำหรับการตัดสินใจเดี๋ยวนี้, เสนอการป้องกันการเสี่ยง, เน้นถึงความพึงพอใจที่จะได้รับ ตัวอย่าง คำพูด “บางครั้ง การคิดนานเกินไป อาจทำให้เสียโอกาสได้ ขอให้คุณแน่ใจได้โดยวันนี้เป็นโอกาสหนึ่งที่คุณจะได้รับประโยชน์ เรามาเริ่มดูสัญญากันเลยไหมคะ”</p> <p>“คุณจะได้ (ส่วนลด/ของแถม/ข้อเสนอพิเศษอื่น ๆ) จากการสั่งซื้อสินค้าหรือบริการของเราตอนนี้ ผมไม่อยากให้คุณพลาดโอกาสนะครับ”</p>
<p>ขอปรึกษาคนอื่น (สามี/ภรรยา/หุ้นส่วน/เจ้านาย) ก่อน</p>	<p>ส่วนมากพบว่าลูกค้าอ้างถึงคนอื่นเพราะต้องการหลีกเลี่ยงการซื้อหรือลดแรงกดดันในการตัดสินใจ นักขายควรชมว่าเขาเป็นผู้ซื้อที่ฉลาดรอบคอบ หรือใช้คำถามเพื่อให้เห็นว่านักขายสนใจความคิดเห็นของคู่คิดเขาจริง ๆ เช่น</p> <p>“ลักษณะอันไหนที่คิดว่าจะเป็นที่สนใจของเจ้านายคุณครับ”</p> <p>“คุณคิดว่า สีไหนที่ภรรยาคุณจะชอบครับ”</p>

ข้อโต้แย้ง

แนวทางรับมือ

รอปรีกษาคนอื่นก่อน
(ต่อ)

คำถามเหล่านี้จะช่วยให้ นักขายค้นพบข้อโต้แย้งที่แท้จริงของลูกค้าได้ หรือนักขายควรถามว่า ทำไมต้องปรึกษาคนอื่น คนนั้นหรือกลุ่มนั้น คือใคร เสนอแนะให้นำผู้นั้นมาฟังการสนทนา หรือขอโอกาสเข้าพบคนนั้น หากไม่อาจพบได้ก็ต้องให้ข้อมูลกับเขาเพื่อนำไปพิจารณาร่วมกัน หรือหาทางนัดหมายอีกครั้งเมื่อเขาได้ปรึกษากันแล้ว

“เยี่ยม ทำไมคุณไม่แนะนำให้ผมรู้จักกับหุ้นส่วนของคุณละครับ และส่วนที่เหลือเป็นหน้าที่ของผมเอง”

(ระมัดระวังในการนำไปใช้) “คุณแน่ใจหรือครับว่าคุณต้องการคำปรึกษาจากสามี (ภรรยา) คุณด้วยเรื่องเล็กน้อย ผมว่าเรามาเริ่มคุยกันเลยดีกว่านะครับ”

“นั่นเป็นความคิดที่ดี ไม่ทราบว่าจะคุยกับคุณ.....ได้เมื่อไรตอนนี้เลยจะได้ไหมคะ” หรือ “เรามานัดเวลาที่จะพบ.....กันเถอะคะ” “นอกจากหัวหน้าคุณแล้วมีเจ้าหน้าที่ท่านอื่นที่ทำการตัดสินใจร่วมหรือเปล่าคะ ถ้ามีดิฉันคงต้องขอความช่วยเหลือจากคุณในการขอเข้าพบ (บุคคลดังกล่าว) หน่อยนะคะ”

ทิ้งนามบัตรไว้ แล้วดิฉัน
จะติดต่อคุณเอง

คำพูดลักษณะนี้เป็นวิธีปฏิเสธนักขายอย่างสุภาพ นักขายควรย้อนกลับไปเสนอขายอีกครั้งก่อนลากลับ “ครับท่าน ก่อนผมจะไป ขอถามสักนิดนะครับ ข้อเสนอดีใจของผมเป็นที่ถูกใจท่านมากที่สุด อะไรเป็นจุดที่ควรโต้แย้งมากที่สุด ความเห็นของท่านอาจทำให้ผมช่วยคนอื่นที่มีปัญหาคล้ายท่านได้ ช่วยบอกผมให้ทราบความเห็นที่ตรงไปตรงมาของท่าน ได้ไหมครับ” “คุณคะ ดิฉันขอเรียนถามตรง ๆ นะคะว่า ทำไมคุณถึงยังไม่สั่งซื้อคะ กรุณาบอกดิฉันสักนิด ดิฉันจะได้นำไปไว้ในวิชาชีพของดิฉันต่อไป”