

บทที่ 14

การใช้พนักงานขายในกิจการค้าปลีก

บทนำ

พนักงานขายของกิจการค้าปลีกเป็นผู้ที่มีความใกล้ชิดกับผู้บริโภคเป็นอย่างมาก เพราะเป็นผู้ที่จะขายสินค้าให้กับผู้บริโภคและให้บริการแก่ผู้บริโภค ในกรณีที่ผู้ค้าปลีกเป็นผู้ขายสินค้าเอง ก็ถือว่าผู้ค้าปลีกเป็นพนักงานขายด้วย ดังนั้นสิ่งที่ผู้ค้าปลีกควรจะต้องให้ความสนใจก็คือ การใช้ความรู้เกี่ยวกับพนักงานขายที่จะขายสินค้า ซึ่งจะต้องศึกษาถึงกระบวนการขายในกิจการค้าปลีก เพื่อจะช่วยให้การขายของกิจการเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

ในบทนี้จะศึกษาถึงเรื่องต่าง ๆ ดังนี้

1. ความสำคัญของการใช้พนักงานขายในกิจการค้าปลีก
2. องค์ประกอบพื้นฐานในการค้าปลีก
3. กระบวนการขายในกิจการค้าปลีก
4. เทคนิคการผูกใจลูกค้าในกิจการค้าปลีก

วัตถุประสงค์เชิงพฤติกรรม

หลังจากศึกษาบทที่ 14 แล้วนักศึกษาสามารถ

1. อธิบายความสำคัญของการใช้พนักงานขายในกิจการค้าปลีกได้
2. ระบุองค์ประกอบพื้นฐานในกิจการค้าปลีกได้
3. อธิบายกระบวนการขายในกิจการค้าปลีกได้
4. อธิบายเทคนิคการผูกใจลูกค้าในกิจการค้าปลีกได้

บทที่ 14 การใช้พนักงานขายในกิจการค้าปลีก

1) ความสำคัญของการใช้พนักงานขายในกิจการค้าปลีก

การขายสินค้าให้ตรงกับความต้องการของผู้ซื้อ การกำหนดราคาอย่างเหมาะสมกับสินค้า การสร้างความพอใจด้วยบริการให้กับผู้ซื้อจะช่วยให้ผู้ซื้อมีความอุปถัมภ์กับกิจการซึ่งเราเห็นได้ว่าผู้ซื้อมีความสำคัญต่อกิจการเป็นอย่างมาก แต่ในการที่จะติดต่อกับผู้ซื้อและสร้างจินตภาพที่ดีได้จะต้องอาศัยพนักงานขาย เป็นอย่างมาก พนักงานจะต้องมีความคิดเสมอว่าผู้บริโภคคือพระราชา ซึ่งจะทำให้พนักงานขายได้ปฏิบัติต่อผู้ซื้อเป็นอย่างดี ฝ่ายบริหารจะต้องสร้างพนักงานขายให้มีความซื่อสัตย์และเชื่อถือได้ในสายตาของผู้ซื้อ

ในกิจการประเภทที่ให้ผู้ซื้อบริการตนเอง ทำให้เจ้าของกิจการมีความคิดว่าพนักงานขายไม่มีความสำคัญเท่าใดนัก ถ้าเราพิจารณากันให้ดีแล้วจะเห็นว่าพนักงานขายยังมีความสำคัญโดยเฉพาะในกรณีที่มีการแข่งขันกัน ที่ทำให้มีการปรับปรุงพนักงานในด้านให้บริการและการหาสินค้าหลาย ๆ ชนิดเข้ามาในร้าน

ในการปรับปรุงพนักงานขายของกิจการฝ่ายบริหารจะต้องทำการคัดเลือก, การฝึกอบรม, และการบริหารและควบคุมกลุ่มฝ่ายขาย การจะรับคนเข้าทำงานจะต้องเตรียมรายละเอียดของงาน (Job Description) เพื่อดูว่ามีคุณสมบัติตามที่เรากำลังต้องการหรือไม่ ในการบริหารและควบคุมก็เพื่อที่จะประเมินผลดูว่าพนักงานทำงานตรงตามเป้าหมายที่กำหนดไว้หรือไม่ ในการบริหารควบคุมการขายที่ดีนั้นเราสามารถที่จะสรุปออกมาดังนี้

- ก. จะต้องรู้สิ่งที่ท่านคาดหวังว่าจะให้พนักงานขายกระทำ
- ข. จะต้องเห็นได้ว่าพนักงานขายรู้ว่าท่านต้องการให้เขาทำอะไร
- ค. รู้ว่าพนักงานขายกระทำในสิ่งที่ท่านคาดหวังจากเขา
- ง. ต้องให้พนักงานขายรู้ว่าท่านได้รู้ในสิ่งที่เขาได้กระทำลงไป
- จ. ต้องให้พนักงานขายรู้ว่าท่านชื่นชอบกับสิ่งที่เขาได้กระทำลงไป*

*Delbert J. Duncan, Charles F. Phillips, Stanley C. Hollander; W Modern Retailing Management: Basic Concepts and Practices; Eight Edition 1972, Richard D. Irwin Inc. P.48

ในหัวข้อ ก. และ ข. นั้น ก็คือการทำหน้าที่กำหนดรายละเอียดของงาน, การคัดเลือก การฝึกอบรม, และการบริหารและควบคุมกลุ่มการขาย ส่วนหัวข้อ ค, ง และ จ. จะเป็นการแสดงให้เห็นว่าพนักงานควรที่จะได้รับรู้ถึงผลสำเร็จของงาน, การหาทางที่จะปรับปรุงการทำงานให้ดีขึ้น, และการมีรางวัลให้เมื่อสามารถทำตามเป้าหมายได้

2) องค์ประกอบพื้นฐานในการค้าปลีก

องค์ประกอบพื้นฐานในการค้าปลีกจะประกอบไปด้วย

2.1) **ตัวกิจการและนโยบาย** นโยบายของกิจการจะเป็นตัวควบคุมวิธีการขายและการปฏิบัติของพนักงานขาย ร้านค้าที่ขายสินค้าเป็นจำนวนมาก เช่น ร้านขายสินค้าเลหลัง จะไม่ต้องใช้พนักงานขายมาก ร้านค้าที่เน้นการใช้พนักงานขายอาจจะใช้การจัดพิมพ์คู่มือการขาย

2.2) **ผู้บริโภคร** ผู้บริโภคนับว่าเป็นหัวใจของการขาย จะต้องให้ความสนใจถึงความต้องการของผู้บริโภค เพื่อจะได้เสนอสินค้าได้อย่างถูกต้องและเป็นการเพิ่มยอดขายให้กับกิจการ พนักงานขายจะต้องเป็นผู้ที่รู้จักพฤติกรรมและจิตวิทยาของผู้บริโภค การศึกษาแรงกระตุ้นในการซื้อจะช่วยให้เราสามารถจะสนองตอบความต้องการได้

2.3) **ตัวสินค้า** ผู้ขายจะต้องมีความรู้เกี่ยวกับสายผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ที่จะนำมาขายว่าจะมีคุณสมบัติอย่างไร เช่น มีความทนทาน, ความปลอดภัย, ความสะดวกสบาย หรือไม่ จะต้องรู้ว่าสินค้านั้น มีแบบ, ขนาด, ชนิดและสีอย่างไรบ้าง ในการที่จะรู้สิ่งต่าง ๆ เกี่ยวกับตัวสินค้านี้ พนักงานขายสามารถจะได้รับข้อมูลจากพนักงานขายของคนกลาง, หัวหน้าสต็อก, ผู้จัดการซื้อ, พนักงานขายคนอื่น ๆ, ผู้บริโภค, เอกสารสิ่งตีพิมพ์ เช่น นิตยสาร, หนังสือพิมพ์ เป็นต้น อย่างไรก็ตามการที่จะให้พนักงานขายมีความรู้ในเรื่องตัวสินค้าจะต้องอาศัยตัวของพนักงานขายเองที่จะขวนขวายหาความรู้ และจะต้องอาศัยเจ้าของกิจการหรือฝ่ายบริหารที่คอยให้ความรู้เพียงพอ และต้องคอยติดตามผลของการปฏิบัติของพนักงานขายว่ามีความรู้เป็นไปตามที่ต้องการหรือไม่

2.4) **ผู้ขายหรือพนักงานขาย (The Salesperson)** สินค้าจะขายได้จะต้องอาศัยตัวผู้ขายหรือพนักงานขาย พนักงานขายที่มีรูปลักษณะดี, มีทัศนคติที่ดี, มีความน่าเชื่อถือ, พุดจาไพเราะ และอื่น ๆ ย่อมจะดึงดูดให้ผู้บริโภคซื้อสินค้าได้อย่างมาก พนักงานขายจำเป็นที่จะต้องเอาชนะความลังเลของผู้บริโภค ซึ่งจำเป็นที่จะต้องอาศัยคุณสมบัติที่กล่าวข้างต้น จริงอยู่แม้ว่าพนักงานขายจะไม่สามารถขายสินค้าได้ทุกครั้งไป แต่ก็ควรที่จะสร้างไมตรีให้แก่ผู้บริโภค เช่น การยิ้มแย้มเพื่อที่จะให้ผู้บริโภคกลับมาซื้อสินค้าที่ร้านในคราวต่อไป

3) กระบวนการขาย (The Selling Process)

เมื่อพนักงานขายได้ศึกษาถึงองค์ประกอบขั้นพื้นฐานในการค้าปลีก จะต้องศึกษาถึงกระบวนการขายว่ามีขั้นตอนอย่างไรบ้าง กระบวนการขายเราสามารถจะจัดลำดับได้ดังนี้

3.1) การเข้าหาและต้อนรับลูกค้า

ในการเข้าหาและต้อนรับลูกค้าอาศัยความเป็นเพื่อนและจริงใจที่จะให้บริการ ซึ่งจะต้องอาศัยความเชื่อมั่นและความมีทักษะ การยิ้มต้อนรับนับว่าเป็นการเข้าหาผู้ซื้อได้เป็นอย่างดี ในกรณีที่กิจการไม่ใหญ่โตนักมีลูกค้าไม่มากจนเกินไป การเรียกชื่อผู้ซื้อจะเป็นการดี เพราะจะทำให้ผู้ซื้อมีความรู้สึกที่ตัวเองนั้นมีความสำคัญและพอใจที่มีคนสามารถจำชื่อตัวได้ การใช้คำพูดต้อนรับที่แข็งกระด้างและไม่มีหางเสียงย่อมจะทำให้ผู้ซื้อเดินออกจากร้านได้ และไม่ต้องการจะเข้ามาซื้อสินค้าอีก

3.2) การกำหนดความต้องการของผู้ซื้อ

หลังจากที่ผู้ซื้อได้รับการต้อนรับเป็นอย่างดีแล้ว จะต้องพยายามที่จะกำหนดหรือถามถึงความต้องการของผู้ซื้อ สินค้าประเภทที่มีตราสินค้า, ชื่อขายเป็นประจำ (เช่น บุหรี่, ยาอม, เป็นต้น) ย่อมที่จะเหมาะในการถามถึงความต้องการ แต่ถ้าเป็นสินค้าประเภทเสื้อผ้าสำเร็จรูป, รองเท้า, รองเท้า ก็ไม่ควรจะถามถึงความต้องการ แต่ควรที่จะปล่อยให้ลูกค้าชมสินค้าก่อน แล้วจึงค่อยสังเกตดูปฏิกิริยาของผู้ซื้อว่ามีความสนใจสินค้าน้อยแค่ไหน ข้อควรระวังในการกำหนดความต้องการของผู้ซื้อก็คืออย่าได้ใช้ดุลยพินิจและอำนาจชื่อของตัวเองขายของเป็นตัวกำหนด เพราะจะทำให้ผู้ซื้อไม่สบอารมณ์และก็จะไม่ซื้อสินค้า

3.3) การเสนอหรือแสดงตัวสินค้า

การเสนอหรือการแสดงสินค้าให้ผู้ซื้อจะกระทำหลังจากที่ผู้ซื้อแสดงความต้องการหรือผู้ขายรู้ถึงความต้องการของผู้ซื้อ ในการแสดงสินค้านั้นจะต้องเลือกสินค้าที่ดีไม่ชำรุด, รู้ตำแหน่งที่วางของสินค้านั้น ๆ

3.4) การเผชิญกับข้ออุปสรรค

ในการขายสินค้าสิ่งที่ยากที่สุดก็คือ การเอาชนะข้ออุปสรรคของผู้ซื้อที่จะปฏิเสธการซื้อสินค้า ข้ออุปสรรคของผู้ซื้อแต่ละคนก็แตกต่างกันไป ข้ออุปสรรคเราสามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ 1) ข้ออุปสรรคที่เกิดขึ้นอย่างจริงใจจากผู้ซื้อที่จะปฏิเสธการซื้อ 2) ข้ออุปสรรคที่ปกปิดเหตุผลที่แท้จริงในการปฏิเสธการซื้อ ซึ่งข้ออุปสรรคทั้ง 2 ดังกล่าวยากที่จะบอกได้ว่าข้ออุปสรรคใดที่จะเอาชนะได้ง่ายกว่ากัน แต่อย่างไรก็ตามเมื่อเราจะพบกับอุปสรรคเราก็ควรที่จะมีวิธีการปฏิบัติ ดังนี้

1. ไม่ทำการโต้แย้ง ซึ่งอาจจะทำให้เราขายสินค้าไม่ได้

2. คาดถึงข้ออุปสรรคที่จะเกิดขึ้น และเตรียมคำตอบเอาไว้
3. ขจัดข้ออุปสรรคอย่างตรงไปตรงมาอย่าให้เห็นเป็นเรื่องเล็กน้อย
4. พยายามหลีกเลี่ยงการกล่าวถึงคู่แข่งหรือสินค้าของคู่แข่ง ถ้าผู้ซื้อกล่าวถึงสินค้าคู่แข่ง เราก็ควรที่จะพูดด้วย แต่พยายามจะตัดบทให้สั้น

สำหรับข้ออุปสรรคที่เกี่ยวข้องกับราคา เช่น “ฉันไม่มีเงินพอ”, หรือ “ฉันชอบมันมากแต่ราคามันสูงมาก” เป็นคำพูดที่พนักงานขายจะต้องพบอยู่เสมอ ทางที่จะปฏิบัติต่อข้ออุปสรรคดังกล่าวนี้ผู้ขายควรที่จะเสนอหรือแสดงสินค้าที่ตรงกับความต้องการของผู้ซื้อ เพื่อที่จะให้ปัจจัยทางด้านราคามีความสำคัญน้อยลงสำหรับผู้ซื้อที่ไม่คำนึงถึงราคา, ผู้ขายก็ควรที่จะเน้นถึงคุณค่าของสินค้า นอกจากนี้ผู้ขายควรที่จะแสดงให้เห็นว่าสินค้านั้นมีราคาสูงคุณภาพยอดเยี่ยม

3.5) การปิดการขาย

เมื่อเราสามารถเอาชนะข้ออุปสรรคได้แล้ว ก็ควรที่จะปิดการขายโดยที่ไม่ทำให้ผู้ซื้อสังเกตได้ออกกว่าเราต้องการจะขายอย่างเดียว ข้อควรระวังก็คืออย่าได้ผลักดันให้ผู้ซื้อตัดสินใจก่อนที่จะได้ประเมินดูสิ่งต่าง ๆ ก่อนที่หายข้องใจ, ก่อนที่จะเน้นคุณลักษณะที่สำคัญของสินค้า, ก่อนที่จะให้บริการแก่ผู้ซื้อเหมือนเป็นแขก การปิดการขายผู้ขายควรที่จะมีกิริยาท่าทางที่รื่นเริง

3.6) การแนะนำการขายใหม่

หลังจากที่เราได้ทำการปิดการขายโดยที่ผู้ซื้อได้สินค้าตามที่ต้องการแล้ว ผู้ขายก็ควรที่จะถือโอกาสในการที่จะแนะนำการขายสินค้าชนิดอื่น การแนะนำขายสินค้าสามารถออกมาอยู่ในรูปดังนี้

1. แนะนำสินค้าที่มีคุณภาพดีกว่า
2. แนะนำสินค้าที่มีขนาดใหญ่กว่าและอธิบายถึงความประหยัดที่จะได้รับ เช่น ถ้าซื้อขนาดใหญ่ราคา 30 บาท จะมีปริมาณมากกว่าขนาดเล็กที่มีราคา 15 บาท หรือจะแนะนำปริมาณสินค้าที่มากขึ้น เช่น เสื้อเชิต 3 ตัว ราคา 180 บาท ถ้าซื้อตัวเดียวราคา 70 บาท
3. แนะนำสินค้าที่เกี่ยวข้องกัน เช่น เมื่อผู้ซื้อซื้อรองเท้าแล้วเราสามารถที่จะแนะนำถุงเท้า, หรือกระเป๋า
4. แนะนำสินค้าตามฤดูกาล เช่น แนะนำเสื้อต้อนรับฤดูร้อน
5. แนะนำสินค้าที่เพิ่งนำเข้ามาใหม่
6. แนะนำสินค้าที่กำลังอยู่ในช่วงของการลดราคา

พนักงานขายควรที่จะได้รับการอบรมให้รู้จักกับการแนะนำสินค้าอื่น ๆ เพราะผู้ซื้ออาจจะมีความต้องการเกิดขึ้นได้ ซึ่งย่อมจะเป็นการเพิ่มยอดขายให้กับกิจการ

3.7) การพัฒนาจินตภาพภายหลังการขาย

หลังจากที่ผู้ซื้อได้ซื้อสินค้าที่ตนต้องการและสินค้าที่พนักงานขายได้แนะนำให้ใหม่แล้ว ยังไม่ถือว่าเป็นการสิ้นสุดกระบวนการขาย สินค้ายังจะต้องได้รับการหีบห่อหรือส่งสินค้าไปให้ตามที่ตกลง เพื่อจะได้เป็นการสร้างความพอใจให้กับผู้ซื้อ การใช้คำพูดอย่างเป็นไมตรีก่อนที่ผู้ซื้อจะออกจากร้านย่อมจะเป็นการประทับใจ ถึงแม้ว่าการขายจะไม่เกิดขึ้นก็ตาม พนักงานขายก็ควรที่จะแสดงไมตรีเอาไว้ เพื่อสร้างความผูกพันให้เกิดขึ้นกับผู้ซื้อ

4. เทคนิคการผูกใจลูกค้าในกิจการค้าปลีก

หลังจากที่ศึกษาถึงกระบวนการขายในร้านค้าปลีกแล้ว ผู้ค้าปลีกก็ควรที่จะตระหนักอีกต่อไปว่าจะทำอย่างไรที่จะทำให้ลูกค้าเกิดจินตภาพ (Image) ที่ดีต่อกิจการ หรือจะกล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือ จะผูกใจลูกค้าอย่างไรจึงจะให้ลูกค้ากลับมาซื้อสินค้าที่ร้านค้าอีก ซึ่งจะต้องอาศัยเทคนิคการผูกใจลูกค้าดังนี้

1. การจำชื่อลูกค้า การเรียกชื่อลูกค้าได้อย่างถูกต้องนับว่าเป็นการสร้าง ความประทับใจให้เกิดขึ้นได้ เรียกได้ว่าเป็นการใช้หลักจิตวิทยาที่จะสร้างความมีมนุษยสัมพันธ์ ซึ่งมีส่วนสำคัญอย่างมากที่จะทำให้ลูกค้ามาซื้อสินค้าที่ร้านเป็นประจำ เราสามารถจะกล่าวได้ว่าการซื้อสินค้าไม่ได้ขึ้นอยู่กับคุณภาพของสินค้าอย่างเดียว แต่ทว่าขึ้นอยู่กับความสัมพันธ์ระหว่างผู้ซื้อกับผู้ขายเป็นสำคัญด้วย

2. การถามทุกข์สุข ผู้ค้าปลีกยังสามารถที่จะสอบถามทุกข์สุขของลูกค้าได้ในขณะที่พบหน้ากันหรือในระหว่างที่กำลังเสนอขายสินค้า การถามทุกข์สุขนี้จะเป็นการถามถึงตัวลูกค้าหรือครอบครัวของลูกค้าก็ได้ ซึ่งจะเป็นการแสดงให้เห็นว่า ผู้ค้าปลีกมีความคิดถึงลูกค้าอยู่เสมอ ก็เป็นการสร้างความมนุษยสัมพันธ์ที่ดีอย่างหนึ่ง

3. การให้คำปรึกษาในบางกรณี ในขณะที่ทำการซื้อขายอยู่นั้นลูกค้าอาจจะมึนงงถึงเรื่องราวต่าง ๆ ได้ ซึ่งถ้าเรื่องราวดังกล่าวสามารถที่จะให้คำปรึกษา หรือคำแนะนำได้ ผู้ค้าปลีกก็ไม่ควรพลาดโอกาสถ้าเกิดว่าตัวเองพอที่จะให้คำปรึกษาหรือคำแนะนำได้ ยกตัวอย่างเช่น ลูกค้าได้พูดถึงการเข้าโรงเรียนของลูก ผู้ค้าปลีกก็สามารถจะเสนอแนะโรงเรียนต่าง ๆ ที่อาจจะอยู่นอกเหนือจากที่ลูกคารู้จักได้

4. สนทนาในเรื่องที่ลูกค้าต้องการ ในขณะที่อยู่ระหว่างการเจรจาซื้อขายอยู่นั้น ผู้ค้าปลีกควรจะศึกษาด้วยว่าลูกค้าชอบสนทนาในเรื่องใดบ้าง ก็ควรที่จะพูดคุยแต่เรื่องดังกล่าว และหลีกเลี่ยงการสนทนาในเรื่องที่ลูกค้าไม่ชอบยกตัวอย่างเช่น ลูกค้าชอบสนทนาเรื่องเกี่ยวกับภาพยนตร์ไทย ผู้ค้าปลีกก็สามารถจะพูดคุยเกี่ยวกับตัวดารานาภาพยนตร์ไทย และหลีกเลี่ยง

เสียงที่จะพูดถึงภาพยนตร์ต่างประเทศ เป็นต้น

บทสรุป

พนักงานขายถือว่าเป็นกำลังสำคัญในการสร้างยอดขายให้กับกิจการร้านค้า เพราะพนักงานขายเป็นผู้ที่ติดต่อกับลูกค้าผู้บริโภคนานาชาติที่จะถ่ายทอดข้อมูลเกี่ยวกับตัวสินค้าได้ ในการค้าปลีกจะมีองค์ประกอบที่สำคัญอยู่ 4 ประการ คือ ตัวกิจการ ผู้บริโภค ตัวสินค้า และพนักงานขาย จึงเห็นได้ว่าพนักงานขายมีบทบาทสำคัญ ในการที่จะขายสินค้าได้นั้น ผู้ค้าปลีกควรที่จะมีความเข้าใจในกระบวนการขาย เพื่อจะได้ขายเองหรือชี้แนะให้กับพนักงานขายอีกต่อหนึ่ง กระบวนการขายประกอบไปด้วย การค้นหาและต้อนรับลูกค้า การกำหนดความต้องการของผู้ซื้อ การเสนอขาย การเผชิญกับอุปสรรค การปิดการขาย การแนะนำการขายใหม่ และการพัฒนาจินตภาพภายหลังการขาย นอกจากนี้ผู้ค้าปลีกควรจะตระหนักถึงเทคนิคการผูกใจลูกค้าในกิจการค้าปลีกอีกด้วย เพื่อเป็นการสร้างมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อไป

คำถามท้ายบท

อรรถนัย จงตอบคำถามต่อไปนี้

1. ให้อธิบายความสำคัญของการใช้พนักงานขายในกิจการค้าปลีก
2. ให้อธิบายองค์ประกอบพื้นฐานในการค้าปลีก
3. ให้อธิบายกระบวนการขายในกิจการค้าปลีก
4. ให้อธิบายเทคนิคการผูกใจลูกค้าในกิจการค้าปลีก

ปรนัย จงเลือกคำตอบที่ดีที่สุดเพียง 1 คำตอบ

1. เหตุใดพนักงานขายจึงมีความสำคัญ
 1. พนักงานขายเป็นองค์ประกอบของร้านค้า
 2. พนักงานขายเป็นผู้ที่ติดต่อโดยตรงกับผู้บริโภค
 3. พนักงานขายเป็นผู้ขายสินค้า
 4. พนักงานขายช่วยดึงดูดลูกค้า
 5. ที่กล่าวมาทั้งหมด
2. องค์ประกอบพื้นฐานในการค้าปลีกได้แก่อะไร
 1. กิจการพนักงานและรัฐบาล
 2. กิจการ ผู้บริโภค สินค้า และพนักงานขาย
 3. ผู้บริโภค พนักงานขาย และราคา
 4. ผู้ผลิต ร้านค้า ผู้บริโภค และพนักงานขาย
 5. พ่อค้าส่ง ร้านค้า พนักงานขาย และผู้บริโภค
3. ขั้นตอนใดของกระบวนการขายที่พนักงานขายต้องใช้ความพยายามมากที่สุด
 1. การเข้าหาลูกค้า
 2. การกำหนดความต้องการของลูกค้า
 3. การเผชิญกับข้ออุปสรรค
 4. การปิดการขาย
 5. การแนะนำการขายใหม่
4. ท่านจะมีวิธีการใดที่จะผูกใจลูกค้าในร้านค้า
 1. การเสนอขายสินค้า
 2. การขายสินค้าราคาถูก

3. การโฆษณาชวนเชื่อ
4. การสอบถามความเป็นอยู่
5. การปิดการขายอย่างรวดเร็ว