

# แผนการจัดการเรียนรู้

รหัส.....22001105.....วิชา.....การขายเบื้องต้น 2.....  
หลักสูตร.....ประกาศนียบัตรวิชาชีพ พุทธศักราช 2556.....  
ประเภทวิชา.....บริหารธุรกิจ.....

จัดทำโดย

นางปรารธนา ดวงแก้ว

สาขาวิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ  
วิทยาลัยบริหารธุรกิจและการท่องเที่ยวนครราชสีมา

## คำนำ

แผนการจัดการเรียนรู้แบบมุ่งเน้นสมรรถนะ รายวิชาการขายเบื้องต้น 2 จัดทำขึ้นเพื่อใช้ในการเรียนการสอนเพื่อให้ผู้เรียนมีสมรรถนะในการเตรียมความพร้อมสู่การเป็นนักขายที่ดี โดยผู้เรียนสามารถเสนอขายผลิตภัณฑ์ คนละ 1 ชิ้นงาน มุ่งให้ผู้เรียนพัฒนาบทบาทของตนเองในการเป็นผู้แสวงหาความรู้ สร้างองค์ความรู้ใหม่ และเปลี่ยนบทบาทจากผู้สอนมาเป็นผู้ให้ความรู้ ผู้ชี้แนะ และพร้อมกันนี้ได้แทรกคุณธรรมจริยธรรมอันพึงประสงค์รวมทั้งการบูรณาการเศรษฐกิจพอเพียง เพื่อให้ผู้เรียนเป็นผู้ประกอบการที่มีประสิทธิภาพ

นางปรารถนา ดวงแก้ว

ครู

# สารบัญ

## หน้า

ลักษณะรายวิชา	4
ตารางวิเคราะห์หลักสูตร	5
กำหนดการสอน	6
แผนการจัดการเรียนรู้ หน่วยที่ 1	7 - 13
แผนการจัดการเรียนรู้ หน่วยที่ 2	14 - 19
แผนการจัดการเรียนรู้ หน่วยที่ 3	20 - 26
แผนการจัดการเรียนรู้ หน่วยที่ 4	27 - 33
แผนการจัดการเรียนรู้ หน่วยที่ 5	34 - 40
แผนการจัดการเรียนรู้ หน่วยที่ 6	41 - 45
แผนการจัดการเรียนรู้ หน่วยที่ 7	46 - 51
แผนการจัดการเรียนรู้ หน่วยที่ 8	52 - 57
แผนการจัดการเรียนรู้ หน่วยที่ 9	58 - 64
แผนการจัดการเรียนรู้ หน่วยที่ 10	65 - 71

## ลักษณะรายวิชา

รหัสและชื่อวิชา.....22001105 การขายเบื้องต้น 2.....

หน่วยกิต(ชั่วโมง).....2 (2).....เวลาเรียนต่อภาค.....54....ชั่วโมง

รายวิชาตามหลักสูตร	ปรับคำอธิบายรายวิชาเป็นสมรรถนะ	ชั่วโมง
<p><b>จุดประสงค์รายวิชา</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. เข้าใจกระบวนการขายและจรรยาบรรณของนักขาย</li> <li>2. เข้าใจเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารที่เกี่ยวข้องกับงานขาย</li> <li>3. มีทักษะในการปฏิบัติงานขายตามกระบวนการขายและบริการลูกค้า</li> <li>4. มีเจตคติและกิจนิสัยที่ดีในการทำงานด้วยความรับผิดชอบ ความอดทน ความซื่อสัตย์และจิตบริการ</li> </ol> <p><b>คำอธิบายรายวิชา</b></p> <p>ศึกษาและปฏิบัติเกี่ยวกับกระบวนการขาย การแสวงหาลูกค้า การเตรียมตัวก่อนเข้าพบ การเข้าพบ การเสนอขาย การตอบข้อโต้แย้ง การปิดการขาย การติดตามผลหลังการขาย การบริการก่อนและหลังการขาย จรรยาบรรณของนักขาย เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารการขาย</p>	<p><b>สมรรถนะรายวิชา</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. แสดงความรู้เกี่ยวกับกระบวนการขายและจรรยาบรรณนักขาย</li> <li>2. ปฏิบัติงานขายตามกระบวนการขายและบริการลูกค้าตามหลักการ</li> <li>3. ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในกระบวนการขาย</li> </ol>	
	<b>รวม</b>	54

## ตารางวิเคราะห์หลักสูตร

รหัส.....2202-1005.....วิชา.....การขายเบื้องต้น2.....หน่วยกิต.....3.....

ชั้น.....ปวช.1.....สาขาวิชา.....การตลาด.....

ชื่อหน่วย พฤติกรรม	พุทธิพิสัย						ทักษะพิสัย	จิตพิสัย	รวม	ลำดับความสำคัญ	จำนวนคาบ
	ความรู้	ความเข้าใจ	นำไปใช้	วิเคราะห์	สังเคราะห์	ประเมินค่า					
1.กระบวนการขาย	10	10	5	5					30	9	3
2.การแสวงหาลูกค้า	10	10	8	6					34	3	6
3.การเตรียมตัวก่อนเข้าพบ	10	10	8	5					33	4	6
4.การเข้าพบ	10	8	8	8					34	2	9
5.การเสนอขาย	10	10	9	8					37	1	9
6.การจัดการข้อโต้แย้ง	10	10	8	8					33	5	6
7.การปิดการขาย	10	8	8	7					33	6	6
8.การติดตามผลหลังการขายและการ บริการหลังการขาย	10	6	6	6					28	10	3
9.เทคนิคการพิชิตใจลูกค้า	10	8	8	8					34	7	3
10.เทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับงานขาย	10	8	7	7					32	8	3
<b>รวม</b>	100	83	66	58					307		36
<b>ความสำคัญ</b>	1	2	3	4							

## กำหนดการสอน

หน่วยที่	ชื่อหน่วย / รายการสอน	สัปดาห์ที่	ชั่วโมงที่
1	กระบวนการขาย	1	1-3
2	การแสวงหาลูกค้า	2 - 3	4 - 9
3	การเตรียมตัวก่อนเข้าพบ	4 - 5	10 - 15
4	การเข้าพบ	6 - 8	16 - 24
5	การเสนอขาย	9 - 11	25 - 33
6	การจัดการกับข้อโต้แย้ง	12 - 13	34 - 39
7	การปิดการขาย	14 - 15	40 - 46
8	การติดตามผลและการบริการหลังการขาย	16	47 - 49
9	เทคนิคพิชิตใจลูกค้า	17	50 - 52
10	เทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับงานขาย	18	53 - 54

หน่วยที่.....1.....

จำนวน.....3.....ชั่วโมง

## แผนการจัดการเรียนรู้

วิชา การขายเบื้องต้น 2

ชื่อหน่วย กระบวนการขาย

เรื่อง กระบวนการขาย กระบวนการขายกับกระบวนการตัดสินใจซื้อ ขั้นตอน

กระบวนการขาย

### 1. สาระสำคัญ

การขายจะประสบความสำเร็จและมีประสิทธิภาพได้นั้น นักขายควรปฏิบัติตามขั้นตอนของ กระบวนการขาย ซึ่งเริ่มตั้งแต่ 1.การแสวงหาผู้มุ่งหวังหรือลูกค้าอนาคต 2.การเตรียมก่อนเข้า พบลูกค้า 3.การเข้าพบ 4.การเสนอขาย 5. การจัดการกับข้อโต้แย้ง 6. การปิดการขาย 7.การ ติดตามผลและการบริการหลังการขาย

จากการที่นักขายได้ปฏิบัติตามขั้นตอนของกระบวนการขาย จะก่อให้เกิดความมั่นใจในการ เข้าพบลูกค้าและเตรียมพร้อมที่จะขาย จะมีผลทำให้ลูกค้าเกิดความมั่นใจตัวพนักงานขาย มั่นใจในสินค้าที่เสนอขายและมั่นใจองค์กรด้วย

### จุดประสงค์การเรียนรู้

จุดประสงค์เชิงพฤติกรรม

- 1.อธิบายความหมายของกระบวนการขายได้
- 2.อธิบายกระบวนการขายกับการตัดสินใจซื้อได้
- 3.บอกขั้นตอนของกระบวนการขายได้
- 4.บอกลักษณะและคุณสมบัติของพนักงานขายได้
- 5.อธิบายว่าการขายเป็นศาสตร์และเป็นศิลป์ได้

### 3. เนื้อหาสาระ

กระบวนการขาย (Selling Process) เป็นเรื่องของกระบวนการดำเนินงานทางการขายอย่างหนึ่งที่จะทำให้ผลิตภัณฑ์เกิดการเปลี่ยนกรรมสิทธิ์ความเป็นเจ้าของ โดยมีวัตถุประสงค์ในการดำเนินงานเป็นขั้นตอนของกระบวนการขาย เพื่อให้มีประสิทธิภาพมากที่สุด

#### ความหมายของกระบวนการขาย

ฟิลิป คอตเลอร์ กล่าวว่า กระบวนการขาย หมายถึง การทำหน้าที่เกี่ยวกับการหาผู้มุ่งหวัง การเตรียมก่อนเข้าพบ การเข้าพบ การเสนอขาย การจัดการกับข้อโต้แย้ง การปิดการขาย และการติดตามผล โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อให้ลูกค้าเกิดความต้องการผลิตภัณฑ์และตัดสินใจซื้อ

วิลเลียม เจ สเตนตัน กล่าวว่า กระบวนการขาย หมายถึง การดำเนินงานขายตามลำดับขั้นตอนการเตรียมตัว การหาผู้มุ่งหวัง การเตรียมตัวก่อนเข้าพบลูกค้า การเข้าพบลูกค้า การปฏิบัติข้อโต้แย้ง การเสนอขาย การปิดการขาย และกิจกรรมหลังการขาย

สำหรับคำว่า “ผู้มุ่งหวัง” และ “ลูกค้า” อาจมีความหมายที่แตกต่างกัน ดังนี้

ผู้มุ่งหวัง หมายถึง บุคคลหรือองค์กรธุรกิจ ที่มีคุณสมบัติอยู่ในข่ายที่คาดว่าจะซื้อผลิตภัณฑ์จากพนักงานขายที่เข้าพบเพื่อเสนอผลิตภัณฑ์ และผู้มุ่งหวังนี้อาจจะซื้อหรือไม่ซื้อผลิตภัณฑ์นี้หรือไม่ก็ได้ แต่ถ้าผู้มุ่งหวังตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์แล้วจะเรียกว่า “ลูกค้า”

ลูกค้า หมายถึง ผู้ที่ได้การซื้อผลิตภัณฑ์ของกิจการ และเป็นผู้ที่ได้รับประโยชน์จากผลิตภัณฑ์นั้น

#### กระบวนการขายกับกระบวนการตัดสินใจซื้อ

จุดเริ่มต้นของกระบวนการขาย คือการสรรหาผู้มุ่งหวัง ซึ่งอาจเป็นบุคคลหรือองค์กรธุรกิจได้ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้เกิดรายได้จากการขายผลิตภัณฑ์ ดังนั้นพนักงานขายจำเป็นต้องศึกษาว่าความต้องการของผู้มุ่งหวังคืออะไร การศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคจะช่วยให้เห็นถึงความต้องการของผู้มุ่งหวัง ต่อจากนั้นก็กำหนดแผนการขายให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้มุ่งหวังได้อย่างถูกต้องและเหมาะสมยิ่งขึ้น กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคประกอบด้วย

1. การกระตุ้นความต้องการและรับรู้ความต้องการ
2. การแสวงหาข้อมูล
3. การประเมินพฤติกรรม
4. การตัดสินใจซื้อ
5. ความรู้สึกหลังการซื้อ

#### ลักษณะและคุณสมบัติของพนักงานขาย

พนักงานขายควรมีความรู้ในการสร้างความพอใจ ความสบายใจและความประทับใจให้กับผู้มุ่งหวังเสมอและเพื่อความสำเร็จในการขาย พนักงานขายควรปฏิบัติดังนี้



1. มีความพร้อมสำหรับการเป็นพนักงานขาย ด้วยการศึกษเพิ่มเติมความรู้ให้กับตนเองอย่างสม่ำเสมอ ต้องมีความขยัน มีความสุขกับงานด้านการขาย ให้คำนึงว่าลูกค้าเป็นบุคคลที่สำคัญที่สุด มีความซื่อสัตย์ต่อตนเอง ต่อบริษัทและต่อลูกค้า

2. มีความเข้าใจลูกค้าเป็นอย่างดี และควรเป็นผู้มีมนุษยสัมพันธ์

3. ต้องเป็นผู้ที่สามารถสร้างบรรยากาศแบบมิตรภาพในการขายผลิตภัณฑ์

4. ต้องมีความสามารถในการใช้คำพูด เพราะอาชีพของพนักงานขายจำเป็นต้องมีศิลปะในการพูดไม่พูดมากเกินไปหรือพูดน้อยเกินไป

5. ต้องมีความสามารถในการเข้าใจ แก้ไขและปรับตัวให้เข้ากับทุกสถานการณ์

#### **การเป็นนักขายต้องใช้ทั้งศาสตร์และศิลป์**

ศาสตร์ หมายถึง ทฤษฎี วิชาการที่ถ่ายทอด สั่งสอนอบรมกันได้

ศิลป์ หมายถึง สิ่งที่มีขึ้น เกิดขึ้นเฉพาะคน ถ่ายทอดสั่งสอนกันยาก เป็นความชำนาญ ความถนัดพิเศษเฉพาะตัว

งานขายจำเป็นต้องมีทั้งศาสตร์และศิลป์ ก็บางอย่างก็ต้องเป็นศาสตร์ เรียนรู้ได้จากการสั่งสอนอบรม เช่น วิธีการหารายชื่อลูกค้า แต่บางอย่างก็เป็นศิลป์ หรือศิลปะเฉพาะตัว เช่น เทคนิคในการสรุป หรือการปิดการขายซึ่งแต่ละคนทำได้ดีไม่เท่ากัน ไม่เหมือนกัน

## 4. กิจกรรมการเรียนรู้

กิจกรรมครู	กิจกรรมผู้เรียน
<p><b>1. ขั้นนำเข้าสู่บทเรียน</b></p> <p>1.1 ครูแนะนำรายวิชา วัตถุประสงค์รายวิชา สมรรถนะรายวิชา การวัดและการประเมินผล</p> <p>1.2 ครูสอบถามความรู้เดิมเกี่ยวกับการขาย เบื้องต้น 1</p> <p>1.3 อบรม ส่งเสริมคุณธรรม จริยธรรมและ คุณลักษณะ ที่พึงประสงค์ในการเรียน</p> <p><b>2. ขั้นการสอนและให้ความรู้</b></p> <p>2.1 ครูอธิบาย บรรยายเกี่ยวกับความหมายของ กระบวนการขาย กระบวนการขายกับ กระบวนการตัดสินใจซื้อ ลักษณะและคุณสมบัติ ของพนักงานขาย</p> <p><b>3. ขั้นการสรุป</b></p> <p>3.1 ครูและนักเรียนร่วมกันสรุปเนื้อหา</p> <p>3.2 ครูตอบคำถามนักเรียนเพื่อให้ ความกระจ่างในบทเรียน</p> <p><b>4. ขั้นการวัดและประเมินผล</b></p> <p>4.1 สุ่มถามนักเรียนบางคน</p> <p>4.2 แบบฝึกหัดหน่วยที่ 1</p> <p>4.3 แบบทดสอบหน่วยที่ 1</p>	<p>1.1 นักเรียนรับฟังคำแนะนำ เสนอแนะและ สอบถามเมื่อสงสัย</p> <p>1.2 นักเรียนตอบคำถามตามความรู้เดิม</p> <p>1.3 นักเรียนรับฟังการอบรมคุณธรรมจริยธรรม และร่วมแสดงความคิดเห็น</p> <p>2.1 นักเรียนฟังบรรยายและศึกษาข้อมูลจาก หนังสือประกอบการเรียนรายวิชาการขาย เบื้องต้น 2</p> <p>3.1 นักเรียนร่วมกับครูสรุปเนื้อหาในแต่ละ หัวข้อเรื่อง</p> <p>3.2 นักเรียนซักถามหัวข้อที่ยังสงสัย</p> <p>4.1 นักเรียนบางคนตอบคำถาม</p> <p>4.2 นักเรียนทำแบบฝึกหัดหน่วยที่ 1</p> <p>4.3 นักเรียนทดสอบหน่วยที่ 1</p>

## 5. สื่อและแหล่งการเรียนรู้

1. หนังสือการขายเบื้องต้น 2
2. สื่ออินเทอร์เน็ต สื่อสิ่งพิมพ์ที่ครูจัดเตรียม
5. ใบมอบหมายงานให้นักศึกษาวิเคราะห์สิ่งที่พนักงานขายต้องมีตามผลิตภัณฑ์ที่กำหนดให้

## 6. หลักฐาน

1. แบบฝึกหัด
2. แบบทดสอบ
3. รายงานตามใบมอบหมายงาน

## 7. วัดผลและประเมินผล

### 7.1 เครื่องมือประเมิน

1. แบบทดสอบประจำบทที่ 1
2. แบบฝึกหัดประจำบทที่ 1
3. แบบประเมินผลรายงาน

### 7.2 เกณฑ์การประเมิน

1. นักศึกษาต้องได้คะแนนไม่ต่ำกว่าร้อยละ 60 ของคะแนนประเมิน

## 8. กิจกรรมเสนอแนะ

นักศึกษาศึกษาค้นคว้าเพิ่มเติมจากแหล่งข้อมูลต่างๆ เช่น ห้องสมุดวิทยบริการ สืบค้นข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต เป็นต้น

**9. บันทึกหลังการสอน**

**9.1 ข้อสรุปหลังการสอน**

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

**9.2 ปัญหาที่พบ**

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

**9.3 แนวทางแก้ปัญหา**

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

หน่วยที่.....2.....  
จำนวน.....6.....ชั่วโมง

## แผนการจัดการเรียนรู้

วิชา การขายเบื้องต้น 2

ชื่อหน่วย การแสวงหาผู้มุ่งหวังหรือการแสวงหาลูกค้าอนาคต

เรื่อง ความสำคัญของผู้มุ่งหวัง การกำหนดคุณสมบัติของผู้มุ่งหวัง แหล่งของผู้มุ่งหวัง การวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์ การวิเคราะห์ผู้มุ่งหวัง การแสวงหาผู้มุ่งหวัง

### 1. สาระสำคัญ

ผู้มุ่งหวังหรือลูกค้าอนาคต คือบุคคลหรือหน่วยงาน กิจการ บริษัท ฯลฯ ที่พนักงานขายคาดคะเนว่าจะซื้อสินค้า แต่จะซื้อหรือไม่นั้นขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายประการ เช่น ความต้องการ การมีอำนาจซื้อหรือมีเงิน อำนาจในการตัดสินใจ เป็นต้น การแสวงหาผู้มุ่งหวังมีหลายวิธี เช่น ระบบโซ่ไม่มีปลาย ระบบใช้ศูนย์อิทธิพล ระบบใช้วิธีสังเกตส่วนตัว ระบบใช้พนักงานขายผู้เยาว์ เป็นต้น

### 2. จุดประสงค์การเรียนรู้

จุดประสงค์เชิงพฤติกรรม

- 1.บอกความสำคัญของผู้มุ่งหวังได้
- 2.บอกการกำหนดคุณสมบัติของผู้มุ่งหวังได้
- 3.บอกแหล่งของผู้มุ่งหวังได้
- 4.วิเคราะห์ผลิตภัณฑ์ได้
- 5.สามารถวิเคราะห์ผู้มุ่งหวังได้

### 3. เนื้อหาสาระ

การแสวงหาผู้มุ่งหวัง หมายถึง การทำหน้าที่จัดเตรียมรายชื่อผู้มุ่งหวัง ซึ่งอาจเป็นบุคคลหรือองค์การของธุรกิจที่คาดว่าจะเป็นผู้ซื้อผลิตภัณฑ์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างปริมาณการขายและสร้างกำไรให้กิจการ

#### ความสำคัญของผู้มุ่งหวัง

สาเหตุที่ทำให้พนักงานขายต้องแสวงหาผู้มุ่งหวัง มีดังนี้

1. ลูกค้านี้มีการเคลื่อนย้ายถิ่นออกนอกเขตการขายที่พนักงานขายรับผิดชอบ
2. กิจการอาจประสบปัญหาที่จะยกเลิกกิจการหรืออาจไปรวมกับกิจการอื่น จึงมีการเปลี่ยนแปลงแผนการขาย

3. พนักงานขายอาจสูญเสียลูกค้าประจำเนื่องจากสิ่งจูงใจจากการส่งเสริมการตลาด การยกเลิกการซื้อหรือยกเลิกสัญญา สิ่งเหล่านี้ลูกค้านำมาเป็นข้ออ้างเพื่อต้องการไปซื้อจากพนักงานขายคนอื่นหรือความสัมพันธ์ระหว่างลูกค้ากับพนักงานขายเสื่อมลง

#### ขั้นตอนในการแสวงหาผู้มุ่งหวัง

ในการแสวงหาผู้มุ่งหวังเพื่อจะทำการเสนอขายผลิตภัณฑ์ สามารถทำได้ 4 ขั้นตอน คือ

1. กำหนดคุณสมบัติของผู้มุ่งหวัง ผู้มุ่งหวังอาจเป็นบุคคลหรือองค์กรธุรกิจก็ได้ แต่ต้องมีคุณสมบัติที่เหมาะสมดังนี้

- 1.1 มีความต้องการผลิตภัณฑ์
- 1.2 มีกำลังเงินที่สามารถจะซื้อและชำระหนี้ได้
- 1.3 มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อ
- 1.4 ไม่มีสัญญาการซื้อกับพนักงานขายหรือกิจการอื่น

จากคุณสมบัติของผู้มุ่งหวังนี้สามารถเป็นพื้นฐานให้พนักงานขายพิจารณาก่อนเข้าพบเพื่อเสนอขายผลิตภัณฑ์ได้ อย่างไรก็ตาม ผู้มุ่งหวังของพนักงานขายแบ่งได้ 3 ประเภท คือ

1. เพื่อน คนรู้จักญาติ
2. บุคคลที่ได้รับการแนะนำ
3. บุคคลที่ไม่เคยรู้จักมาก่อน แต่มีคุณสมบัติอยู่ในข่ายที่เป็นผู้มุ่งหวัง

2. แหล่งของผู้มุ่งหวัง พนักงานขายสามารถหารายชื่อผู้มุ่งหวังได้จากแหล่งต่าง ๆ ดังนี้

- 2.1 เอกสารของกิจการ นิตยสารธุรกิจ
- 2.2 สมุดโทรศัพท์
- 2.3 การแนะนำจากลูกค้า หรือพนักงานขายของกิจการอื่น
- 2.4 การส่งจดหมายและงานแสดงสินค้า

3.การวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์ หลังจากที่พนักงานขายได้ทราบถึงคุณสมบัติของผู้มุ่งหวังและได้แหล่งของผู้มุ่งหวัง ขั้นตอนต่อไป พนักงานขายจะต้องทำการวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์เพราะจะช่วยในการนำทางในการค้นหาผู้มุ่งหวังได้และช่วยในการหาตัวผู้มุ่งหวังที่จะใช้ผลิตภัณฑ์ได้

4.การวิเคราะห์ผู้มุ่งหวัง หลังจากได้ทำการวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์แล้ว พนักงานขายควรจะทำการศึกษาถึงผู้มุ่งหวังที่คาดว่าจะซื้อผลิตภัณฑ์ของกิจการ ด้วยการตั้งคำถาม ดังนี้

- 4.1 ทำไมผู้มุ่งหวังจึงทำการซื้อผลิตภัณฑ์
- 4.2 เมื่อไหร่ผู้มุ่งหวังจะทำการสั่งซื้อและการสั่งซื้อแต่ละครั้งมีจำนวนเท่าไร
- 4.3 ในการซื้อผลิตภัณฑ์ ผู้มุ่งหวังจ่ายชำระด้วยเงินสดหรือบัตรเครดิต
- 4.4 ใครเป็นผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ

### ผู้มุ่งหวังอยู่ที่ใดบ้าง

ตลาดหรือกลุ่มเป้าหมายที่จะกลายเป็นลูกค้าของเรา สามารถแบ่งได้เป็น 3 กลุ่ม ประกอบด้วย

1.ตลาดธรรมชาติ หมายถึง ผู้มุ่งหวังกลุ่มที่เป็นญาติพี่น้อง คนในตระกูล คนรู้จัก เพื่อนร่วมงาน จัดว่าเป็นตลาดธรรมชาติทั้งหมด

2.ศูนย์อิทธิพล เป็นกลุ่มผู้มุ่งหวังซึ่งมีอิทธิพลในพื้นที่ เช่น กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน หัวหน้าหมู่บ้าน

3.ตลาดที่สร้างขึ้น มา เป็นกลุ่มผู้มุ่งหวังที่นักขายแสวงหาเอง อาจอยู่ตามบ้าน ตามร้านค้าชุมชน

### ระบบการแสวงหาผู้มุ่งหวัง

1.ระบบโซ่ไม่มีปลาย เป็นวิธีการได้ผู้มุ่งหวังรายใหม่จากลูกค้าปัจจุบันที่ได้แนะนำให้กับพนักงานขาย และเมื่อพนักงานขายไปพบเพื่อเสนอขายผลิตภัณฑ์กับลูกค้ายานั้นแล้ว ก็จะได้รับคำแนะนำต่อไป

2.ระบบใช้ศูนย์อิทธิพล เป็นวิธีการหารายชื่อผู้มุ่งหวังโดยผู้นำทางความคิดจะเป็นผู้กระตุ้นให้ข่าว ให้ข้อความ และชักจูงให้เกิดการซื้อ

3.ระบบใช้วิธีสังเกตส่วนตัว อาจเรียกว่าเป็นระบบหยั่งรู้ หรือหูไวตาไว พนักงานขายต้องเป็นคนที่จะสังเกต จะได้แหล่งข้อมูลลูกค้าอนาคต

4.ระบบใช้พนักงานขายผู้เยาว์ เป็นพนักงานขายหน้าใหม่หรือพนักงานขายเพิ่งเข้ามาใหม่ ยังไม่มีประสบการณ์ พนักงานขายผู้เยาว์อาจใช้บุคคลภายนอกไม่เกี่ยวข้องกับการขายผลิตภัณฑ์ในบริษัทมาช่วยหาผู้มุ่งหวัง

5.ระบบสุ่มตระเวนหาลูกค้าอนาคต เป็นวิธีที่พนักงานขายไม่รู้ข้อมูลเกี่ยวกับลูกค้าอนาคตเลยหรือเพียงแต่รู้จักชื่อเท่านั้น โดยพนักงานขายอาจไปหาผู้มุ่งหวังที่บ้านหรือที่ทำงาน ฉะนั้นการเตรียมข้อมูลจึงไม่สามารถทำได้ พนักงานขายควรต้องเตรียมการเสนอขายให้ดี อาจใช้ประโยชน์จากประสบการณ์ในการขาย

6.ระบบใช้จดหมายหรือโทรศัพท์ที่ติดต่อโดยตรง เป็นวิธีช่วยประหยัดเวลาพนักงานขาย วิธีนี้บริษัทจะส่งจดหมายหรือโทรศัพท์ไปล่วงหน้าก่อนและหากลูกค้าอนาคตหรือผู้มุ่งหวังสนใจจะติดต่อกลับภายหลัง

7.ระบบฟาร์ม หมายถึง เขต หรือบริเวณแคบ ๆ เหมาะสำหรับการให้พนักงานเพียงคนเดียวปฏิบัติในพื้นที่นั้น ๆ โดยพนักงานขายจะเข้าถึงบ้านลูกค้าแต่ละคน

8.ระบบอื่น ๆ เป็นการเตรียมรายชื่อผู้มุ่งหวัง โดยอาจจะหาได้จากการเก็บรวบรวมในคอมพิวเตอร์ หรืออาจใช้วิธีการแบบแผนติดต่อด้วยการใช้สถานที่ที่บุคคลมาแลกเปลี่ยนความคิดเห็น แลกเปลี่ยนข้อมูลกัน



## 4. กิจกรรมการเรียนรู้

กิจกรรมครู	กิจกรรมผู้เรียน
<p><b>1. ขั้นนำเข้าสู่บทเรียน</b></p> <p>1.1 ครูทบทวนบทเรียนที่ผ่านมา</p> <p>1.2 ครูสอบถามเกี่ยวกับงานที่มอบหมายไปในบทที่ 1</p> <p>1.3 อบรม ส่งเสริมคุณธรรม จริยธรรมและคุณลักษณะ ที่พึงประสงค์ในการเรียน</p> <p>1.4 สอดแทรกธุรกิจและชี้ให้นักศึกษาเห็นลักษณะของเศรษฐกิจพอเพียงที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับธุรกิจการขาย</p> <p><b>2. ขั้นการสอนและให้ความรู้</b></p> <p>2.1 ครูอธิบาย บรรยายเกี่ยวกับการแสวงหาผู้มุ่งหวังในแบบต่าง ๆ</p> <p><b>3. ขั้นการสรุป</b></p> <p>3.1 ครูและนักศึกษาร่วมกันสรุปเนื้อหา</p> <p>3.2 ครูตอบคำถามนักศึกษาเพื่อให้ความกระจ่างในบทเรียน</p> <p><b>4. ขั้นการวัดและประเมินผล</b></p> <p>4.1 สุ่มถามนักศึกษาบางคน</p> <p>4.2 แบบฝึกหัดหน่วยที่ 2</p> <p>4.3 แบบทดสอบหน่วยที่ 2</p>	<p>1.1 นักศึกษาตอบคำถามจากบทเรียนที่ผ่านมา</p> <p>1.2 นักศึกษาตอบคำถามตามความรู้เดิม</p> <p>1.3 นักศึกษารับฟังการอบรมคุณธรรมจริยธรรม และร่วมแสดงความคิดเห็น</p> <p>2.1 นักศึกษาฟังบรรยายและศึกษาข้อมูลจากหนังสือประกอบการเรียนรายวิชาการขายเบื้องต้น 2</p> <p>3.1 นักศึกษาร่วมกับครูสรุปเนื้อหาในแต่ละหัวข้อเรื่อง</p> <p>3.2 นักศึกษาซักถามหัวข้อที่ยังสงสัย</p> <p>4.1 นักศึกษาบางคนตอบคำถาม</p> <p>4.2 นักศึกษาทำแบบฝึกหัดหน่วยที่ 2</p> <p>4.3 นักศึกษาทดสอบหน่วยที่ 2</p>

## 5. สื่อและแหล่งการเรียนรู้

1. หนังสือการขายเบื้องต้น 2
2. สื่ออินเทอร์เน็ต
5. ใบมอบหมายงานให้นักศึกษาเลือกวิธีการแสวงหาลูกค้าเป้าหมายจากผลิตภัณฑ์ที่กำหนดให้และบอกเหตุผลในการเลือกวิธีดังกล่าว

## 6. หลักฐาน

1. แบบฝึกหัด
2. แบบทดสอบ
3. รายงานตามใบมอบหมายงาน

## 7. วัดผลและประเมินผล

### 7.1 เครื่องมือประเมิน

1. แบบทดสอบประจำบทที่ 2
2. แบบฝึกหัดประจำบทที่ 2
3. แบบประเมินผลรายงาน

### 7.2 เกณฑ์การประเมิน

นักศึกษาต้องได้คะแนนไม่ต่ำกว่าร้อยละ 60 ของคะแนนประเมิน

## 8. กิจกรรมเสนอแนะ

นักศึกษาศึกษาค้นคว้าเพิ่มเติมเกี่ยวกับความก้าวหน้าของพนักงานขายในแต่ละตำแหน่ง ห้องสมุดวิทยบริการ สืบค้นข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต เป็นต้น

**9. บันทึกหลังการสอน**

**9.1 ข้อสรุปหลังการสอน**

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

**9.2 ปัญหาที่พบ**

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

**9.3 แนวทางแก้ปัญหา**

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

หน่วยที่.....3.....

จำนวน.....6.....ชั่วโมง

## แผนการจัดการเรียนรู้

วิชา                    การขายเบื้องต้น 2  
 ชื่อหน่วย            การเตรียมตัวก่อนเข้าพบ  
 เรื่อง                การเตรียมตัวก่อนการเข้าเข้าพบ

### 1. สาระสำคัญ

การที่พนักงานขายได้แสวงหาลูกค้าหรือได้รายชื่อลูกค้าพร้อมที่จะไปเข้าพบแล้ว และเพื่อให้การขายมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น พนักงานขายจำเป็นต้องมีการเตรียมตัวก่อนเข้าพบเพื่อสร้างความพร้อมให้กับตนเองโดยการเตรียมผลิตภัณฑ์หรือสินค้าที่จะนำไปเสนอขายและทดลองเตรียมหัดพูดทักทายเพื่อสร้างความมั่นใจให้กับตนเอง อาจพูดอัดเทปและเปิดฟัง เพื่อปรับปรุงข้อบกพร่อง สิ่งที่พนักงานขายขาดไม่ได้คือ ต้องสำรวจตัวเองว่ามีความพร้อมหรือไม่ อารมณ์ จิตใจ ร่างกาย รวมถึงการแต่งกาย การวางบุคลิกที่เหมาะสมเมื่ออยู่ต่อหน้าลูกค้าอนาคต

### 2. จุดประสงค์การเรียนรู้

จุดประสงค์เชิงพฤติกรรม

- 1.อธิบายการเตรียมการล่วงหน้าเพื่อเข้าพบลูกค้าได้
- 2.บอกการเตรียมตัวเตรียมใจไปพบลูกค้าใหม่ได้
- 3.บอกการเตรียมตัวไปพบลูกค้าเก่าได้
- 4.บอกสูตรใหม่ในการประเมินลูกค้าได้

### 3. เนื้อหาสาระ

#### การวางแผนและการเตรียมการเพื่อเข้าพบลูกค้า

การวางแผนและการเตรียมการเพื่อเข้าพบลูกค้าเป็นขั้นตอนหนึ่งที่สำคัญของการเตรียมก่อนเข้าพบลูกค้า พนักงานขายจะต้องดำเนินการ 6 ขั้นตอน

1. พิจารณาข้อมูลผู้มุ่งหวัง ก่อนที่จะทำการขายผลิตภัณฑ์พนักงานขายควรพิจารณาและทราบข้อมูลของผู้มุ่งหวังซึ่งแบ่งได้ 2 ประเภท คือ

1.1 ข้อมูลส่วนตัว ทำให้พนักงานขายทำการวางแผนและการเตรียมการขายได้ตรงกับคุณสมบัติ ความต้องการ พฤติกรรม ความเคยชิน รวมทั้งการเตรียมการสนทนา

1.2 ข้อมูลทางธุรกิจ พนักงานขายควรทราบข้อมูลทางธุรกิจของบุคคลหรือองค์กรธุรกิจที่เป็นผู้มุ่งหวัง เช่นอำนาจในการซื้อ ความสามารถในการซื้อ การปฏิบัติงานของผู้มุ่งหวัง เป็นต้น

2. การพิจารณาข้อมูลผลิตภัณฑ์ เป็นสิ่งจำเป็นสำหรับพนักงานขายในการเสนอขายผลิตภัณฑ์ ทั้งนี้เพราะสิ่งที่ผู้มุ่งหวังพิจารณาในการซื้อผลิตภัณฑ์ คือ คุณภาพของผลิตภัณฑ์ ประโยชน์ อายุการใช้งาน ความเหมาะสมด้านเทคนิค การบริการก่อนและหลังการขาย

3. การจัดการแผนการขายล่วงหน้า การทราบข้อมูลเกี่ยวกับผู้มุ่งหวังและผลิตภัณฑ์ จะช่วยพนักงานขายในการสร้างและพัฒนาแผนการขายและสามารถสร้างความเชื่อมั่นให้กับพนักงานขายปัจจุบัน พนักงานขายจึงจำเป็นต้องจัดการสร้างแผนการขายล่วงหน้า และมีการตรวจสอบแผนการขายนั้นด้วยเพื่อใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงและแก้ไขแผนการขายของพนักงานขายให้ดีขึ้น

4. การนัดหมาย สิ่งที่พนักงานขายควรทำก่อนที่จะไปเสนอขายผลิตภัณฑ์ก็คือ การนัดหมายกับผู้มุ่งหวังด้วยวิธีการโทรศัพท์หรือส่งจดหมายก็ได้ การนัดหมายจะเป็นประโยชน์ทั้งผู้มุ่งหวังและพนักงานขายเพราะ ผู้มุ่งหวังจะทราบถึงการเข้าพบล่วงหน้าและสามารถเตรียมการล่วงหน้าถึงความต้องการของผู้มุ่งหวัง

5. การตรวจสอบภาพลักษณ์ เป็นการสำรวจความรู้สึกของผู้มุ่งหวังที่มีต่อผลิตภัณฑ์ กิจการ และตัวพนักงานขาย ดังนั้นเมื่อพนักงานมีโอกาสพบผู้มุ่งหวังครั้งแรก ก่อนอื่น จำเป็นต้องทราบถึงความรู้สึกของผู้มุ่งหวังถึงความประทับใจที่มีต่อกิจการ แต่ถ้าผู้มุ่งหวังไม่แสดงให้เห็นพนักงานขายทราบถือว่าอุปสรรคต่อการขายผลิตภัณฑ์

6. การพิจารณาการวางตัวและกิริยาท่าทาง การวางตัวและกิริยาท่าทางของพนักงานขายเป็นสิ่งสำคัญมากสำหรับการขายผลิตภัณฑ์ เพราะบางครั้งการมีโอกาสเข้าพบผู้มุ่งหวังก็ด้วยการวางตัว กิริยาท่าทาง และการแต่งกายที่เหมาะสมของพนักงานขายซึ่งทำให้พนักงานขายเข้าพบผู้มุ่งหวังทั้งที่บ้านและที่ทำงานด้วยความรู้สึกเชื่อมั่นว่าจะสามารถปิดการขายได้

### การเตรียมตัวไปพบลูกค้ารายใหม่

1. ประเภทและขนาดของธุรกิจที่เขาทำอยู่
2. สถานะทางสังคม ครอบครัวหรือตำแหน่งในสังคมและครอบครัว
3. สถานะทางการเงิน คือกำลังซื้อที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ของเรา
4. อุปกรณ์การขายทั้งหมดที่มีอยู่ พร้อมหรือไม่
5. คำพูดเปิดใจ เตรียมไว้อย่างไร
6. เวลา เงื่อนไขสัญญา มีความเหมาะสมหรือไม่

### การเตรียมตัวไปพบลูกค้ารายเก่า

1. มีอะไรเกิดขึ้นบ้างเมื่อเราไปหาลูกค้ารายนี้ในครั้งก่อน
2. เราได้ดำเนินการแก้ไขข้อสงสัย หรือปัญหาของลูกค้าที่มีบ้างไหม
3. เราไปพบในเวลาที่เหมาะสมหรือไม่
4. สมุดโน้ตได้นำติดตัวไปด้วยหรือเปล่า

### สูตรใหม่ในการประเมินลูกค้า

ในการประเมินผู้มุ่งหวัง โดยยึดเอามุมมองจากตัวเราเป็นเครื่องตัดสินใจ ควรจัดอันดับผู้มุ่งหวังแต่ละรายว่ามีคุณภาพ คือมีโอกาสซื้อสูงมาน้อยเพียงไร แลไหน โดยเราจะต้องตอบคำถามต่อไปนี้ให้ได้ว่า

1. ทำไมผู้มุ่งหวังรายที่เราจะไปพบจึงต้องเป็นลูกค้าหรือเป็นสมาชิกของบริษัทเรา
2. เขามีโอกาสให้เราพบไหม ถ้าจะเข้าพบควรนัดอย่างไร
3. เขาหรือผู้มุ่งหวังจะฟังเราหรือไม่และยอมรับหรือไม่
4. เขาเป็นลูกค้าหรือเป็นสมาชิกของบริษัทเราได้หรือไม่

## 4. กิจกรรมการเรียนรู้

กิจกรรมครู	กิจกรรมผู้เรียน
<p><b>1. ขั้นนำเข้าสู่บทเรียน</b></p> <p>1.1 ครูซักถามถึงการเตรียมของนักศึกษาในการมาเรียน</p> <p>1.2 ครูอธิบายเปรียบเทียบการเตรียมตัวมาเรียนกับการเตรียมตัวเพื่องานขาย</p> <p>1.3 อบรม ส่งเสริมคุณธรรมในการอยู่ร่วมกันในสังคม</p> <p><b>2. ขั้นการสอนและให้ความรู้</b></p> <p>2.1 ครูอธิบาย ถึงวิธีการเตรียมตัวของพนักงานขายก่อนการเข้าพบลูกค้า</p> <p><b>3. ขั้นการสรุป</b></p> <p>3.1 ครูและนักศึกษาร่วมกันสรุปเนื้อหา</p> <p>3.2 ครูตอบคำถามนักศึกษาเพื่อให้ความกระจ่างในบทเรียน</p> <p><b>4. ขั้นการวัดและประเมินผล</b></p> <p>4.1 สุ่มถามนักศึกษาบางคนด้วยการให้ยกตัวอย่างการเตรียมตัวไปพบลูกค้าสำหรับผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางค์</p> <p>4.2 แบบฝึกหัดหน่วยที่ 3</p> <p>4.3 แบบทดสอบหน่วยที่ 3</p>	<p>1.1 นักศึกษาตอบคำถามเกี่ยวกับการเตรียมตัวมาเรียน</p> <p>1.2 นักศึกษาซักถามการเปรียบเทียบที่ได้รับ</p> <p>1.3 นักศึกษารับฟังการอบรมคุณธรรมจริยธรรม</p> <p>2.1 นักศึกษาฟังบรรยายและศึกษาข้อมูลจากหนังสือประกอบการเรียนรายวิชาการขายเบื้องต้น 2</p> <p>2.2 นักศึกษาสอบถามข้อสงสัยในระหว่างบทเรียน</p> <p>3.1 นักศึกษาร่วมกับครูสรุปเนื้อหาในแต่ละหัวข้อเรื่อง</p> <p>3.2 นักศึกษาซักถามหัวข้อที่ยังสงสัย</p> <p>4.1 นักศึกษาบางคนตอบคำถาม</p> <p>4.2 นักศึกษาทำแบบฝึกหัดหน่วยที่ 3</p> <p>4.3 นักศึกษาทดสอบหน่วยที่ 3</p>

## 5. สื่อและแหล่งการเรียนรู้

1. หนังสือการขายเบื้องต้น 2
2. สื่ออินเทอร์เน็ต
5. ใบมอบหมายงานให้นักศึกษาเตรียมคำพูดในการเข้าพบลูกค้าและการเปิดการขาย

## 6. หลักฐาน

1. แบบฝึกหัด
2. แบบทดสอบ
3. รายงานตามใบมอบหมายงาน

## 7. วัดผลและประเมินผล

### 7.1 เครื่องมือประเมิน

1. แบบทดสอบประจำบทที่ 3
2. แบบฝึกหัดประจำบทที่ 3
3. แบบประเมินผลรายงาน

### 7.2 เกณฑ์การประเมิน

นักศึกษาต้องได้คะแนนไม่ต่ำกว่าร้อยละ 60 ของคะแนนประเมิน

## 8. กิจกรรมเสนอแนะ

นักศึกษาศึกษาค้นคว้าเพิ่มเติมเกี่ยวกับโอกาสความก้าวหน้าของพนักงานขาย จากแหล่งข้อมูลต่างๆ เช่น ห้องสมุดวิทยบริการ สืบค้นข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต เป็นต้น



**9. บันทึกหลังการสอน**

**9.1 ข้อสรุปหลังการสอน**

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

**9.2 ปัญหาที่พบ**

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

**9.3 แนวทางแก้ปัญหา**

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

หน่วยที่.....4.....

จำนวน.....9.....ชั่วโมง

## แผนการจัดการเรียนรู้

วิชา การขายเบื้องต้น 2

ชื่อหน่วย การเข้าพบลูกค้า

เรื่อง การเข้าพบลูกค้า

### 1. สาระสำคัญ

การเข้าพบลูกค้าเป็นขั้นตอนที่พนักงานขายจะต้องไปเผชิญหน้ากับลูกค้าอนาคตเพื่อเสนอสินค้าให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อ สิ่งที่พนักงานขายต้องคำนึงในการเข้าพบคือ การนัดหมายเพื่อให้สะดวกแก่ลูกค้าและทำให้พนักงานขายสามารถสร้างความพร้อมให้กับตนเองได้อย่างเต็มที่ สิ่งที่น่าสนใจลูกค้าครั้งแรก คือ หน้าตา บุคลิกภาพของพนักงานขาย ฉะนั้นพนักงานขายต้องทำตัวให้เหมาะสมเพื่อที่จะสร้างความสนใจให้กับลูกค้า และสร้างความพร้อมที่จะนำมาสู่การเสนอขายต่อไป

### 2. จุดประสงค์การเรียนรู้

จุดประสงค์เชิงพฤติกรรม

- 1.บอกความหมายของการเข้าพบได้
- 2.บอกวัตถุประสงค์ของการเข้าพบได้
- 3.อธิบายเทคนิคการเข้าพบลูกค้าอนาคตได้
- 4.บอกสิ่งที่ต้องคำนึงในการเข้าพบผู้มุ่งหวังได้

### 3. เนื้อหาสาระ

**การเข้าพบ (Approach)** เป็นขั้นตอนของกระบวนการขายที่พนักงานขายต้องเข้าพบผู้มุ่งหวังเพื่อเสนอขายผลิตภัณฑ์

วัตถุประสงค์ของการเข้าพบ

1. เพื่อต้องการสร้างความประทับใจที่ดีต่อลูกค้า
2. เพื่อต้องการทราบความเอาใจใส่ของลูกค้า
3. เพื่อต้องการกระตุ้นความสนใจในผลิตภัณฑ์ที่พนักงานขายได้เสนอขาย

#### เทคนิคการเข้าพบลูกค้าที่สำคัญ

1. การเข้าพบด้วยการแนะนำ เป็นเทคนิคที่ใช้กันบ่อยที่สุด อาจกล่าวได้ว่าเป็นเทคนิคที่อ่อนแอที่สุด เพราะพนักงานขายไม่ต้องใช้ความสามารถเลยเพียงแต่ไปแนะนำตนเองให้กับลูกค้า

2. การเข้าพบด้วยผลิตภัณฑ์ เป็นวิธีการเข้าพบลูกค้าด้วยการใช้ผลิตภัณฑ์ของกิจการ สร้างความสนใจหรือการยอมรับจากผู้มุ่งหวังได้โดยตรง ซึ่งพนักงานขายอาจใช้การสาธิตให้กับผู้มุ่งหวังเพื่อให้เห็นคุณค่า หรือผลประโยชน์หรือข้อเท็จจริงเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์

3. การเข้าพบด้วยการอ้างอิง เป็นวิธีการเข้าพบที่พนักงานขายอาจใช้การอ้างอิงถึงบุคคลที่สาม ซึ่งเป็นลูกค้าของกิจการและผู้มุ่งหวังรู้จักกับบุคคลนั้น และชื่นชมในบุคคลที่สามที่ได้นำมากล่าวอ้างเพื่อกระตุ้นความต้องการในตัวผลิตภัณฑ์ได้เป็นอย่างดี

4. การเข้าพบด้วยผลประโยชน์ของลูกค้า เป็นการเข้าพบที่เรียกความสนใจด้วยวิธีการซึ่งให้ลูกค้าเห็นถึงผลประโยชน์ที่ได้รับจากการซื้อผลิตภัณฑ์ ควรให้ความสำคัญกับผลประโยชน์ที่ลูกค้าได้รับเป็นประการแรก

5. การเข้าพบด้วยปัญหาหรือคำถาม เป็นวิธีการเข้าพบลูกค้าด้วยวิธีการตั้งคำถามในลักษณะทางบวก 2 ประการ คือ

1. คำถามเกี่ยวกับผู้มุ่งหวัง โดยตรง

2. คำถามถึงความคิดเห็นของผู้มุ่งหวังเกี่ยวกับปัญหาหรือความต้องการเพื่อพนักงานขายจะได้เตรียมการแก้ปัญหาหรือเตรียมผลิตภัณฑ์เพื่อสนองความต้องการนั้น

6. การเข้าพบด้วยการสำรวจ เป็นวิธีการเข้าพบที่จำเป็นต้องรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการของลูกค้า การสำรวจมีความสำคัญในส่วนของจิตวิทยาการแก้ปัญหาของการขาย

7. การเข้าพบด้วยความอยากรู้อยากเห็น การเข้าพบวิธีนี้พนักงานไม่ได้พบลูกค้าอนาคตโดยตรง จึงเขียนโน้ตผ่านเลขานุการ ข้อความในโน้ตจะเป็นตัวช่วยเร่งเร้าให้ลูกค้าเกิดความอยากรู้อยากเห็น อยากรับพนักงานขาย

8. การเข้าพบด้วยการทำให้ตื่นเต้น เป็นวิธีการที่พนักงานขายใช้คำพูดให้ลูกค้าเกิดอารมณ์ตื่นเต้นสุดขีด ซึ่งการตื่นเต้นอาจเป็นเรื่องของความประหลาดใจ ความวิตกกังวลหรือความกลัวก็ได้

9. การเข้าพบด้วยการแสดงผลงาน เป็นการเข้าพบที่เหมาะสมกับลูกค้าที่ตัดสินใจซื้อจากผลงานของพนักงานขาย

10. การเข้าพบด้วยข้อความ เป็นการเขียนโน้ตข้อความเกี่ยวกับการแสดงให้ลูกค้าอนาคตทราบข้อเท็จจริงเกี่ยวกับสินค้า การเข้าพบด้วยข้อความมักใช้ร่วมกับการเข้าพบด้วยปัญหาหรือคำถาม

11. การเข้าพบด้วยของแจกหรือของตอบแทนน้ำใจ เป็นการเข้าพบด้วยของแจก เช่น แก้วน้ำ สมุดบันทึก เป็นต้น ซึ่งบนของที่ระลึกหรือของแจกนั้นจะมีตราสินค้าหรือชื่อบริษัทด้วย

12. การเข้าพบด้วยการสรรเสริญชมเชย วิธีการเข้าพบแบบนี้สามารถใช้ควบคู่ได้กับทุกวิธี เพราะทุกคนชอบคำชมเชยและเป็นการสร้างบรรยากาศที่ดีในการสนทนาต่อไป

13. การเข้าพบด้วยวิธีผสม เป็นวิธีการเข้าพบผู้มุ่งหวังด้วยวิธีการผสมกันระหว่างวิธีใดวิธีหนึ่งมาใช้

**สิ่งที่จะต้องคำนึงถึงในการเข้าพบลูกค้า**

1. จำเป็นต้องทำการนัดหมายล่วงหน้า

2. จำเป็นต้องมีวัตถุประสงค์ที่แน่นอน

3. พนักงานขายจำเป็นต้องเตรียมตัวเองในเรื่องสุขภาพ บุคลิกภาพ

4. พนักงานขายควรสร้างความสนใจจากลูกค้า ทำให้ลูกค้ารู้สึกผ่อนคลายพร้อมกับรู้สึกเต็มใจที่

จะฟังพนักงานขายเสนอขาย

## 4. กิจกรรมการเรียนรู้

กิจกรรมครู	กิจกรรมผู้เรียน
<p><b>1. ขั้นนำเข้าสู่บทเรียน</b></p> <p>1.1 ครูซักถามถึงประสบการณ์ของนักศึกษาที่มีต่อการฟังการเสนอขาย</p> <p>1.2 อบรม คุณลักษณะที่พึงประสงค์ในการทำงานร่วมกัน</p>	<p>1.1 นักศึกษาตอบคำถามเกี่ยวกับประสบการณ์ที่เกี่ยวข้อง</p> <p>1.2 นักศึกษารับฟังการอบรมคุณธรรม</p>
<p><b>2. ขั้นการสอนและให้ความรู้</b></p> <p>2.1 ครูอธิบาย บรรยายเกี่ยวกับวิธีการต่างๆ ในการเข้าพบลูกค้า</p>	<p>2.1 นักศึกษาฟังบรรยายและศึกษาข้อมูลจากหนังสือประกอบการเรียนรายวิชาการขายเบื้องต้น 2</p> <p>2.2 นักศึกษาสอบถามข้อสงสัยในระหว่างบทเรียน</p>
<p><b>3. ขั้นการสรุป</b></p> <p>3.1 ครูและนักศึกษาร่วมกันสรุปเนื้อหา</p> <p>3.2 ครูตอบคำถามนักศึกษาเพื่อให้ความกระจ่างในบทเรียน</p>	<p>3.1 นักศึกษาร่วมกับครูสรุปเนื้อหาในแต่ละหัวข้อเรื่อง</p> <p>3.2 นักศึกษาซักถามหัวข้อที่ยังสงสัย</p>
<p><b>4. ขั้นการวัดและประเมินผล</b></p> <p>4.1 สุ่มถามนักศึกษาบางคนเกี่ยวกับวิธีการเข้าพบลูกค้าอนาคต</p> <p>4.2 แบบฝึกหัดหน่วยที่ 4</p> <p>4.3 แบบทดสอบหน่วยที่ 4</p>	<p>4.1 นักศึกษาบางคนตอบคำถาม</p> <p>4.2 นักศึกษาทำแบบฝึกหัดหน่วยที่ 4</p> <p>4.3 นักศึกษาทดสอบหน่วยที่ 4</p>

## 5. สื่อและแหล่งการเรียนรู้

1. หนังสือการขายเบื้องต้น 2
3. เว็บไซต์ของสมาคมการตลาด
4. หนังสือพิมพ์ธุรกิจ
5. ใบมอบหมายงาน

5.1 ให้นักศึกษาเขียนคำพูดในการเข้าพบโดยให้เลือกวิธีการเข้าพบคนละ 1 วิธี

## 6. หลักฐาน

1. แบบฝึกหัด
2. แบบทดสอบ
3. รายงานตามใบมอบหมายงาน

## 7. วัดผลและประเมินผล

### 7.1 เครื่องมือประเมิน

1. แบบทดสอบประจำบทที่ 4
2. แบบฝึกหัดประจำบทที่ 4
3. แบบประเมินผลรายงาน

### 7.2 เกณฑ์การประเมิน

นักศึกษาต้องได้คะแนนไม่ต่ำกว่าร้อยละ 60 ของคะแนนประเมิน

## 8. กิจกรรมเสนอแนะ

นักศึกษาศึกษาค้นคว้าเพิ่มเติมเกี่ยวกับวิธีการเข้าพบลูกค้าอนาคต จากแหล่งเรียนรู้นอกสถานศึกษาต่าง ๆ หรือสื่ออินเทอร์เน็ต

## 9. บันทึกหลังการสอน

### 9.1 ข้อสรุปหลังการสอน

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

### 9.2 ปัญหาที่พบ

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

### 9.3 แนวทางแก้ปัญหา

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

หน่วยที่.....5.....

จำนวน.....9.....ชั่วโมง

## แผนการจัดการเรียนรู้

วิชา การขายเบื้องต้น 2

ชื่อหน่วย การเสนอขาย

เรื่อง การเสนอขาย

### 1. สาระสำคัญ

การเสนอขายสินค้าหรือบริการเป็นขั้นตอนที่ต้องสร้างความเชื่อมั่นในตัวสินค้า ตัวพนักงานขายและกิจการหรือองค์กรให้แก่ลูกค้าอนาคต ในการสร้างความเชื่อมั่นอาจใช้วิธีการรับประกันสินค้า การใช้เอกสารรับรอง พิสูจน์ให้เห็นจริงเกี่ยวกับประโยชน์ของสินค้าหรือบริการ

### 2. จุดประสงค์การเรียนรู้

จุดประสงค์เชิงพฤติกรรม

- 1.อธิบายการเสนอขายที่มีประสิทธิภาพได้
- 2.อธิบายเทคนิคการสร้างความเชื่อมั่นได้
- 3.บอกเทคนิคการเสนอขายที่สมบูรณ์ได้



### 3. เนื้อหาสาระ

การเสนอขายถือเป็นขั้นตอนที่สำคัญขั้นตอนหนึ่งของกระบวนการขาย ซึ่งเริ่มต้นตั้งแต่การหาผู้มุ่งหวัง ไปจนถึงขั้นการปิดการขาย

การนำเสนอขายมีวัตถุประสงค์ในการกระตุ้น ให้ผู้มุ่งหวังสนใจและต้องการสินค้าหรือบริการที่ผู้เสนอขายเสนอขายต่อผู้มุ่งหวัง

#### การเสนอขายที่มีประสิทธิภาพ

ประกอบด้วย 4 ลักษณะ หรือเรียกว่า 4 C ประกอบด้วย

1. การเสนอขายจะต้องทำให้ลูกค้าอนาคตเกิดความเชื่อมั่น ว่าข้อความนั้น ๆ เป็นความจริง เป็นการเสนอให้ลูกค้าหรือผู้มุ่งหวังเข้าใจถึงประโยชน์ที่จะได้รับการซื้อขายสินค้า

2. การเสนอขายจะต้องขจัดคู่แข่งขั้นให้ได้ จะต้องใช้วิธีที่ดีในการแก้ปัญหาให้กับลูกค้าอนาคต เป็นการนำเสนอที่ช่วยให้ผู้มุ่งหวังมีความเข้าใจสินค้าหรือบริการที่กำลังเสนอขาย

3. การเสนอขายจะต้องสมบูรณ์ มีรายละเอียดต่าง ครบถ้วน เป็นการนำเสนอให้ลูกค้าอนาคตหรือผู้มุ่งหวังทราบว่าสินค้าที่กำลังเสนอขายสามารถตอบสนองความต้องการของผู้มุ่งหวังได้

4. การเสนอขายจะต้องกระจ่าง ลูกค้าอนาคตหรือผู้มุ่งหวังต้องเข้าใจถูกต้องเป็นการนำเสนอที่ช่วยลดหรือขจัดความข้องใจของผู้มุ่งหวังไม่ว่าจะเป็นในเรื่องของตัวสินค้าหรือบริการ

#### เทคนิคการเสนอขาย

1. เทคนิคในการสร้างความเชื่อมั่น ประกอบด้วย บุคลิกภาพของพนักงานขาย และสิ่งที่จะต้องนำมาประกอบในการสร้างความเชื่อมั่น เช่น การรับประกันคุณภาพสินค้า การใช้เอกสารรับรองหรือการหาข้อพิสูจน์ต่างๆ หรือการพาไปชมโรงงาน สถานที่ผลิตสินค้า

2. เทคนิคในการปฏิบัติเกี่ยวกับการแข่งขัน เป็นเทคนิคการขายที่สามารถที่จะจัดการแข่งขันได้ นักขายจำเป็นจะต้องรู้เขารู้เรา นักขายต้องอาศัยยุทธวิธีดังนี้

1. ใช้วิธีชมแล้วผ่านเลยไป

2. ชมแบบข้องใจ

3. ต้องยอมรับคู่แข่งขั้นแต่ไม่ขจัดคู่แข่งขั้นออกไปแบบปฏิเสธโดยตรง

3. เทคนิคในการเสนอขายที่สมบูรณ์ คือการขายตามลำดับขั้นตอน ไม่รวบรัด ไม่เร่งรีบ ไม่พูดย่อความจนลูกค้าไม่เข้าใจ อีกทั้งสามารถเปรียบเทียบกับสินค้าอื่นได้จนลูกค้าเข้าใจและให้ผู้มุ่งหวังเห็นถึงความแตกต่างที่มีอยู่ระหว่างสินค้าของบริษัทกับของคู่แข่งขั้น

การสาธิต การสาธิตเป็นการแสดงให้เห็น แสดงถึงวิธีการใช้สินค้า บอกถึงประโยชน์ของสินค้า ตลอดจนวิธีการเก็บรักษาสินค้าให้ลูกค้าอนาคตได้ประจักษ์ การสาธิตที่สมบูรณ์ หมายถึง การสาธิตครบถ้วน พอเหมาะแก่การเข้าใจประโยชน์ วิธีใช้เกี่ยวกับสินค้าตลอดจนบำรุงรักษา การเก็บรักษา เป็นต้น

การใช้คำพูดที่มีประสิทธิภาพ ที่ทำให้ลูกค้าได้จินตนาการภาพพจน์ของสินค้าหรือได้เข้าใจเกี่ยวกับสินค้ามากขึ้น ได้แก่

1. การพูดเปรียบเทียบสิ่งที่เหมือนกัน หรือเปรียบเทียบที่เหมือนกันสองสิ่งเรียกว่า

Analogy

2. การพูดสิ่งที่รู้กับสิ่งที่ไม่รู้ หรือเปรียบเทียบในลักษณะอุปมาอุปไมย เรียกว่า Simile

3. การพูดแบบขยายความ เรียกว่า Metaphor

4. เทคนิคในการเสนอขายที่เข้าใจง่ายและชัดเจน เทคนิคในข้อนี้เป็นการทำให้ลูกค้าอนาคตเข้าใจและชวนเชื่อถือ มี

1. ใช้การแสดงให้เห็นจริง
2. ใช้วิธีการทดสอบเพื่อยืนยันสรรพคุณของผลิตภัณฑ์
3. ใช้วิธีหยุดจังหวะในการเสนอขายบ่อย ๆ เพื่อจะได้ทราบความต้องการของลูกค้า

โดยการใช้คำถามเป็นระยะ ระยะ

4. ใช้ตัวเลขที่มีประสิทธิภาพช่วย

5. ใช้ภาษาของลูกค้าอนาคต

FAB เทคนิคในการเสนอขาย

1. F = Feature เป็นการชี้แจง รูปลักษณะ ส่วนประกอบ องค์ประกอบที่มาของสินค้า
2. A = Advantage เป็นกล่าวถึงข้อดี หรือส่วนดีของสินค้าจากรูปลักษณะ
3. B = Benefit เป็นการมองถึงประโยชน์ที่ลูกค้าจะได้รับ

## 4. กิจกรรมการเรียนรู้

กิจกรรมครู	กิจกรรมผู้เรียน
<p><b>1. ขั้นนำเข้าสู่บทเรียน</b></p> <p>1.1 ครูซักถามถึงประสบการณ์ในการเสนอขายผลิตภัณฑ์ประเภทต่าง ๆ ที่นักศึกษาเคยพบ</p> <p>1.2 ครูยกตัวอย่างจากประสบการณ์ในการเสนอขายผลิตภัณฑ์</p> <p>1.3 อบรม คุณลักษณะที่พึงประสงค์ในการทำงานร่วมกันและบูรณาการเศรษฐกิจพอเพียงเกี่ยวกับการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์</p> <p><b>2. ขั้นการสอนและให้ความรู้</b></p> <p>2.1 ครูอธิบาย บรรยายเกี่ยวกับความรู้ในการเสนอขายผลิตภัณฑ์</p> <p><b>3. ขั้นการสรุป</b></p> <p>3.1 ครูและนักศึกษาร่วมกันสรุปเนื้อหา</p> <p>3.2 ครูตอบคำถามนักศึกษาเพื่อให้ความกระจ่างในบทเรียน</p> <p><b>4. ขั้นการวัดและประเมินผล</b></p> <p>4.1 สุ่มถามนักศึกษาบางคนเกี่ยวกับการเสนอขาย</p> <p>4.2 แบบฝึกหัดหน่วยที่ 5</p> <p>4.3 แบบทดสอบหน่วยที่ 5</p>	<p>1.1 นักศึกษาตอบคำถามเกี่ยวกับประสบการณ์ที่ตนเองเคยได้รับ</p> <p>1.2 นักศึกษาซักถามเกี่ยวกับประสบการณ์การเสนอขายผลิตภัณฑ์</p> <p>1.3 นักศึกษารับฟังการอบรมคุณธรรม</p> <p>2.1 นักศึกษาฟังบรรยายและศึกษาข้อมูลจากหนังสือประกอบการเรียนรายวิชาการขายเบื้องต้น 2</p> <p>2.2 นักศึกษาสอบถามข้อสงสัยในระหว่างบทเรียน</p> <p>3.1 นักศึกษาร่วมกับครูสรุปเนื้อหาในแต่ละหัวข้อเรื่อง</p> <p>3.2 นักศึกษาซักถามหัวข้อที่ยังสงสัย</p> <p>4.1 นักศึกษาบางคนตอบคำถาม</p> <p>4.2 นักศึกษาทำแบบฝึกหัดหน่วยที่ 5</p> <p>4.3 นักศึกษาทดสอบหน่วยที่ 5</p>

## 5. สื่อและแหล่งการเรียนรู้

1. หนังสือการขายเบื้องต้น 2
2. หนังสือพิมพ์ธุรกิจ
3. ใบมอบหมายงาน เพื่อฝึกปฏิบัติ
  - 3.1 ใบมอบหมายงานให้นักศึกษาสร้างคำพูดเสนอขายผลิตภัณฑ์คนละ 1 ชนิด

## 6. หลักฐาน

1. แบบฝึกหัด
2. แบบทดสอบ
3. รายงานตามใบมอบหมายงาน

## 7. วัดผลและประเมินผล

### 7.1 เครื่องมือประเมิน

1. แบบทดสอบประจำบทที่ 5
2. แบบฝึกหัดประจำบทที่ 5
3. แบบประเมินผลรายงาน

### 7.2 เกณฑ์การประเมิน

นักศึกษาต้องได้คะแนนไม่ต่ำกว่าร้อยละ 60 ของคะแนนประเมิน

## 8. กิจกรรมเสนอแนะ

นักศึกษาศึกษาค้นคว้าเพิ่มเติมเกี่ยวกับรูปแบบการเสนอขายผลิตภัณฑ์หรือบริการ จากแหล่งเรียนรู้นอกสถานศึกษาต่างๆ หอสมุดของมหาวิทยาลัยในพื้นที่ หรือสื่ออินเทอร์เน็ต

**9. บันทึกหลังการสอน**

**9.1 ข้อสรุปหลังการสอน**

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

**9.2 ปัญหาที่พบ**

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

**9.3 แนวทางแก้ปัญหา**

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

หน่วยที่.....6.....

จำนวน.....6.....ชั่วโมง

## แผนการจัดการเรียนรู้

วิชา การขายเบื้องต้น 2

ชื่อหน่วย การจัดการข้อโต้แย้ง

เรื่อง การจัดการข้อโต้แย้ง

### 1. สาระสำคัญ

พนักงานขายเมื่อนำเสนอขายสินค้า แล้วพบว่าลูกค้าหรือผู้มุ่งหวังไม่ต้องการซื้อสินค้าหรือยังไม่พร้อมที่จะซื้อสินค้า ก็จะทำให้เกิดข้อโต้แย้ง แต่อย่างไรก็ตาม หากพนักงานขายสามารถจัดการข้อโต้แย้งของลูกค้าอนาคตได้ และทำให้เขาเกิดความพอใจก็จะทำให้เกิดการซื้อได้เช่นเดียวกัน

### 2. จุดประสงค์การเรียนรู้

จุดประสงค์เชิงพฤติกรรม

- 1.อธิบายความหมายของข้อโต้แย้งได้
- 2.บอกความสำคัญของข้อโต้แย้งได้
- 3.บอกสาเหตุที่ทำให้เกิดข้อโต้แย้งได้
- 4.บอกประเภทของข้อโต้แย้งได้

### 3. เนื้อหาสาระ

ข้อโต้แย้ง หมายถึง ข้ออ้างของผู้ซื้อในการไม่ตัดสินใจซื้อจากผู้ขาย ข้อโต้แย้งเป็นวิธีการที่สุภาพสำหรับผู้ซื้อในการแจ้งให้พนักงานขายทราบว่าผู้ซื้อยังไม่ตกลงตามที่พนักงานขายเสนอ

#### ความสำคัญของข้อโต้แย้ง

พนักงานขายหน้าใหม่อาจกังวลกับข้อโต้แย้ง แต่ข้อโต้แย้งมีความสำคัญมาก เนื่องจากข้อโต้แย้งคือ สัญญาณการซื้อ ซึ่งแสดงให้เห็นว่า ลูกค้ามีความสนใจในสินค้าของพนักงานขาย แต่ที่ยังไม่ได้ตัดสินใจซื้อเนื่องจากมีความกังวลหรือข้อสงสัยบางประการ ในทางตรงกันข้าม พนักงานขายที่มีความชำนาญกลับกลัวมากที่สุดคือการไม่ได้รับข้อโต้แย้งจากลูกค้าเลย การจัดการข้อโต้แย้งที่ดีที่สุดนั้น พนักงานขายควรจะมีความรู้ในเรื่องต่างๆ ดังนี้

1. ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของตนเองและคู่แข่ง
2. ความรู้เกี่ยวกับการวางแผนและการเตรียมการขายผลิตภัณฑ์
3. ความรู้เกี่ยวกับสถานการณ์ด้านการตลาด
4. ความรู้เกี่ยวกับความต้องการของลูกค้าแต่ละราย
5. ความรู้เกี่ยวกับขั้นตอนและศิลปะการขาย

#### สาเหตุที่ทำให้เกิดข้อโต้แย้ง

1. ลูกค้าสร้างเกราะป้องกันตนเอง
2. ไม่มีความจำเป็นต้องซื้อผลิตภัณฑ์
3. ได้รับข้อมูลน้อยเกินไป
4. ไม่มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อ
5. มลคติภาพของพนักงานขาย

#### ประเภทของข้อโต้แย้ง

1. คำโต้แย้งเพื่อแก้ตัวและไม่เฉพาะเจาะจง
2. คำโต้แย้งที่เป็นและเฉพาะเจาะจง คือข้อโต้แย้งที่เกี่ยวกับส่วนใดส่วนหนึ่งของสินค้า

โดยเฉพาะ เช่น คุณภาพของสินค้า ลักษณะของสินค้า ราคาที่หือเงิน เป็นต้น

#### วิธีการปฏิบัติต่อข้อโต้แย้ง

1. วิธีปฏิเสธโดยตรง เป็นวิธีที่พนักงานขายไม่เห็นด้วยกับข้อโต้แย้งของลูกค้าจึงพูดปฏิเสธตรงๆ บางครั้งอาจทำให้ลูกค้าไม่พอใจ วิธีนี้จะใช้ได้ผลดี กรณีที่ข้อโต้แย้งนั้น ๆ ไม่ถูกต้องจริง ๆ

2. วิธีปฏิเสธทางอ้อม เป็นวิธีที่ลูกค้ารู้สึกนุ่มนวลสุภาพและมักใช้ได้ผลดี และเป็นวิธีที่ลูกค้ารู้สึกว่าคำพูดที่เขากล่าวมาไม่ผิด ซึ่งเป็นการสร้างความสัมพันธ์ที่ดี

3. วิธีปฏิเสธย้อนส่งกลับไป เป็นวิธีการแปลความหมายข้อโต้แย้งให้เป็นเหตุผลในการตัดสินใจซื้อ

4. วิธีเสนอสิ่งชดเชยหรือทดแทน คือการยอมรับข้อโต้แย้ง แต่ชี้แนะประโยชน์ที่ได้รับชดเชย
5. วิธีใช้คำถามตอบคำถาม เป็นวิธีที่ลูกค้านำมาและพนักงานก็ตอบกลับเป็นคำถามให้ลูกค้า  
อนาคตคิดเพื่อสามารถหาคำตอบได้เอง
6. วิธีตอบข้อโต้แย้งแบบผ่านไป เป็นวิธีที่พนักงานขยพิจารณาว่าการที่ลูกค้ากล่าวนั้น ไม่  
ควรจะตอบหรือโต้แย้งจึงใช้วิธีตอบข้อโต้แย้งแบบผ่านไปพูดเรื่องอื่น



## 4. กิจกรรมการเรียนรู้

กิจกรรมครู	กิจกรรมผู้เรียน
<p><b>1. ขั้นนำเข้าสู่บทเรียน</b></p> <p>1.1 ครูซักถามนักศึกษาเกี่ยวกับประสบการณ์การตอบคำถามของพนักงานขาย</p> <p>1.2 ครูยกตัวอย่างการตอบข้อโต้แย้งที่เคยพบในการสนทนาการขาย</p> <p>1.3 อบรม คุณลักษณะที่พึงประสงค์ในการทำงานร่วมกัน</p> <p><b>2. ขั้นการสอนและให้ความรู้</b></p> <p>2.1 ครูอธิบาย บรรยายความรู้เกี่ยวกับการตอบข้อโต้แย้ง</p> <p><b>3. ขั้นการสรุป</b></p> <p>3.1 ครูและนักศึกษาร่วมกันสรุปเนื้อหา</p> <p>3.2 ครูตอบคำถามนักศึกษาเพื่อให้ความกระจ่างในบทเรียน</p> <p><b>4. ขั้นการวัดและประเมินผล</b></p> <p>4.1 นักศึกษาปฏิบัติใบงานที่มอบหมาย</p> <p>4.2 แบบฝึกหัดหน่วยที่ 6</p> <p>4.3 แบบทดสอบหน่วยที่ 6</p>	<p>1.1 นักศึกษาบางคนตอบคำถาม</p> <p>1.2 นักศึกษาซักถามเกี่ยวกับการตอบข้อโต้แย้ง</p> <p>1.3 นักศึกษารับฟังการอบรมคุณธรรม</p> <p>2.1 นักศึกษาฟังบรรยายและศึกษาข้อมูลจากหนังสือประกอบการเรียนรายวิชาการขายเบื้องต้น 2</p> <p>3.1 นักศึกษาร่วมกับครูสรุปเนื้อหาในแต่ละหัวข้อเรื่อง</p> <p>3.2 นักศึกษาซักถามหัวข้อที่ยังสงสัย</p> <p>4.1 นักศึกษาทำใบงานตามที่มอบหมาย</p> <p>4.2 นักศึกษาทำแบบฝึกหัดหน่วยที่ 6</p> <p>4.3 นักศึกษาทดสอบหน่วยที่ 6</p>

## 5. สื่อและแหล่งการเรียนรู้

1. หนังสือการขายเบื้องต้น 2
3. เว็บไซต์ของสมาคมการตลาด
4. หนังสือพิมพ์ธุรกิจ
5. ใบมอบหมายงาน

## 6. หลักฐาน

1. แบบฝึกหัด
2. แบบทดสอบ
3. รายงานตามใบมอบหมายงาน

## 7. วัดผลและประเมินผล

### 7.1 เครื่องมือประเมิน

1. แบบทดสอบประจำบทที่ 6
2. แบบฝึกหัดประจำบทที่ 6
3. แบบประเมินผลการออกแบบสอบถาม

### 7.2 เกณฑ์การประเมิน

นักศึกษาต้องได้คะแนนไม่ต่ำกว่าร้อยละ 60 ของคะแนนประเมิน

## 8. กิจกรรมเสนอแนะ

นักศึกษาศึกษาค้นคว้าเพิ่มเติมเกี่ยวกับข้อโต้แย้งในรูปแบบต่าง ๆ จากสื่ออินเทอร์เน็ต

**9. บันทึกหลังการสอน**

**9.1 ข้อสรุปหลังการสอน**

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

**9.2 ปัญหาที่พบ**

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

**9.3 แนวทางแก้ปัญหา**

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

หน่วยที่.....7.....

จำนวน.....4.....ชั่วโมง

## แผนการจัดการเรียนรู้

วิชา การขายเบื้องต้น 2

ชื่อหน่วย การปิดการขาย

เรื่อง การปิดการขาย

### 1. สาระสำคัญ

การปิดการขายเป็นขั้นตอนที่ยากที่สุดที่พนักงานขายต้องปฏิบัติและเมื่อพนักงานขายได้ปฏิบัติงานขายในขั้นตอนต่าง ๆ มาแล้ว แม้ว่าการปฏิบัติการขายดีทุกขั้นตอน แต่หากปิดการขายไม่เป็นก็ไม่ประสบความสำเร็จ

### 2. จุดประสงค์การเรียนรู้

จุดประสงค์เชิงพฤติกรรม

- 1.บอกความสำคัญของการปิดการขายได้
- 2.อธิบายวิธีการปิดการขายได้
- 3.บอกขั้นตอนการปิดการขายที่ควรจะมีไว้ได้
- 4.บอกได้ว่าควรปิดการขายเมื่อใด

### 3. เนื้อหาสาระ

การปิดการขาย เป็นเรื่องที่พนักงานขายทุกคนต้องปฏิบัติ เพราะหากคุณเริ่มปฏิบัติตามกระบวนการขายทุกขั้นตอน เริ่มตั้งแต่แสวงหาลูกค้าอนาคตหรือผู้มุ่งหวัง การเตรียมการเข้าพบ การเข้าพบ การเสนอขาย การขจัดข้อโต้แย้ง ทุกขั้นที่พนักงานขายทำมาหรือปฏิบัติก็เพื่อที่จะปิดการขายได้สำเร็จ

#### ความสำคัญของการปิดการขาย

การปิดการขายเป็นขั้นตอนที่สำคัญมากของกระบวนการขายผลิตภัณฑ์ และเป็นขั้นตอนที่ยากที่สุดเนื่องจากพนักงานขายจำนวนมากที่ไม่สามารถขายสินค้าได้ เพราะไม่ทราบวิธีการปิดการขาย หรือใช้วิธีสรุปการขายที่ขาดประสิทธิภาพ นอกจากนี้แล้วถ้าหากพนักงานขายได้ดำเนินการขายตามกระบวนการขายที่ถูกต้อง โดยในการเสนอขายนั้นลูกค้าเกิดความพอใจและไม่มีข้อโต้แย้ง แต่ถ้าพนักงานขายไม่มีการปิดการขายทำให้การขายนั้นไม่สามารถขายสัมฤทธิ์ผลได้

ดังนั้นการปิดการขายเพื่อทำให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ของพนักงานขายไม่ได้เกิดขึ้นแบบอัตโนมัติ การปิดการขายจะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อพนักงานขายจะต้องเป็นผู้ทำให้เกิดขึ้น ซึ่งพนักงานขายสามารถสังเกตสัญญาณการซื้อที่เกิดขึ้นได้ เช่น

1. ลูกค้าจะถามกำหนดเวลาส่งมอบหรือวิธีการส่งมอบสินค้า
2. ลูกค้าได้มีการต่อรองราคาเพิ่มเพื่อแลกเปลี่ยนสินค้าเท่ากับสินค้าใหม่ของลูกค้า
3. ลูกค้าได้มีการต่อรองราคาหรือเงื่อนไขการซื้อขาย
4. ลูกค้าได้ขอให้พนักงานขายยืนยันราคาเพื่อพิจารณาในการตัดสินใจซื้อ

#### ปัจจัยและข้อควรคำนึงในการปิดการขาย

1. ลูกค้าต้องมีความเข้าใจและเชื่อมั่นต่อคุณภาพและประโยชน์ของผลิตภัณฑ์
2. ลูกค้ามีความเชื่อถือเกี่ยวกับชื่อเสียงของกิจการและตัวพนักงานขาย
3. ลูกค้ามีสัญญาณการซื้อผลิตภัณฑ์
4. พนักงานขายสามารถสังเกตกิริยาท่าทาง ภาษาลี้กแวดล้้อม การตอบข้อโต้แย้งและบรรยากาศในขณะที่เสนอขายผลิตภัณฑ์

#### ข้อควรคำนึงในการปิดการขายสำหรับพนักงานขาย

1. ต้องพยายามแนะนำให้ลูกค้าเห็นถึงคุณค่าประโยชน์ของผลิตภัณฑ์อย่างละเอียด และต้องชี้ให้เห็นคุณค่าของการมีผลิตภัณฑ์
2. ต้องพยายามให้อิสระในการตัดสินใจแก่ลูกค้า
3. ควรหลีกเลี่ยงการใช้คำพูดหรือคำถามที่เป็นการเปิดโอกาสให้ลูกค้าตอบปฏิเสธ
4. พนักงานขายต้องพยายามชักนำให้ลูกค้าเป็นไปตามแผนการขายที่กำหนดไว้

5. พนักงานขายจำเป็นต้องระลึกเสมอว่า หลักการขายนั้นพนักงานขายจะต้องเน้นเป็นผู้ให้ความช่วยเหลือแนะนำ แก้ไขปัญหา และแนวทางตอบสนองความต้องการของลูกค้า

### วิธีการปิดการขาย

1. ปิดการขายด้วยการยืนยันต่อเนื่อง เป็นการปิดการขายให้ลูกค้ายืนยันในการซื้อสินค้าอีกครั้งเพื่อความมั่นใจว่าลูกค้าซื้อแน่นอนพร้อมกับเขียนใบสั่งซื้อ

2. ปิดการขายด้วยการตั้งสิ่งขวางกั้น เป็นการปิดการขายที่พนักงานขายจะต้องสกัดกั้นข้อโต้แย้งทุกด้าน

3. ปิดการขายด้วยการตั้งสมมติฐาน เป็นวิธีการปิดการขายที่พนักงานขายคิดว่าลูกค้าได้ตัดสินใจซื้อแล้ว ทั้ง ๆ ที่ลูกค้ายังไม่ได้ออกบอกลงใจว่าจะซื้อ

4. การปิดการขายตรงจุดไม่สำคัญก่อน เป็นการปิดการขายที่ง่ายเนื่องจากพนักงานขายปิดการขายจากจุดเล็ก ๆ ก่อน

5. ปิดด้วยเหตุจูงใจซื้อ ยังเหลือโอกาสนี้เท่านั้น เพื่อให้ลูกค้าได้ตัดสินใจซื้อทันที เป็นวิธีการทำให้ลูกค้าอนาคตไม่ต้องรอช้าในการตัดสินใจซื้อ จัดได้ว่าเป็นช่วงเวลาทอง

6. ปิดการขายด้วยให้โอกาสเลือกแบบเข้า เป็นการปิดการขายโดยพนักงานขายต้องเสนอทางเลือกให้ลูกค้า

7. ปิดการขายด้วยการเสนอสิ่งจูงใจพิเศษอื่น ๆ ให้ซื้อเดี๋ยวนี้ เป็นวิธีการปิดการขายด้วยการเสนอเงื่อนไข หรือบางสิ่งบางอย่างเป็นพิเศษเหมาะสำหรับลูกค้าประเภทจะตัดสินใจซื้อเมื่อมีการต่อรอง

8. ปิดการขายด้วยการขอใบสั่งซื้อ วิธีนี้ควรจะทำเมื่อขั้นตอนการเสนอขายมาแล้ว และจะลาจากหรือเข้าพบใหม่ในครั้งต่อไป แต่ควรให้นุ่มนวล

9. ปิดการขายด้วยข้อโต้แย้งหรือกั๊ก เมื่อลูกค้าจะซื้อสินค้าของพนักงานขายในขณะนั้นปรากฏสินค้าไม่มี พนักงานขายจึงพุดกั๊กโดยไปนำจากร้านอื่นมาก่อนให้กับลูกค้าเพื่อให้ลูกค้าซื้อ  
**ควรปิดการขายเมื่อใด**

1. ได้ทำการชี้แจงข้อโต้แย้งต่าง ๆ จนหมดข้อสงสัยแล้ว

2. เมื่อพนักงานขายได้นำสินค้าออกมาสาธิตให้ผู้คาดหวังชมเป็นเวลานานพอแก่การตัดสินใจของผู้คาดหวัง

3. เมื่อผู้คาดหวังได้พูดถึงความต้องการสินค้าอย่างแน่นอน

4. เมื่อเห็นสัญญาณการซื้อจากลูกค้าเกิดขึ้นบ้างแล้ว

## 4. กิจกรรมการเรียนรู้

กิจกรรมครู	กิจกรรมผู้เรียน
<p><b>1. ขั้นนำเข้าสู่บทเรียน</b></p> <p>1.1 ครูทบทวนความรู้เดิมของบทเรียนที่ผ่านมา</p> <p>1.2 อบรม คุณลักษณะที่พึงประสงค์ในการทำงานร่วมกัน</p>	<p>1.1 นักศึกษาตอบคำถามเกี่ยวกับความรู้จากบทเรียนที่ผ่านมา</p> <p>1.2 นักศึกษารับฟังการอบรมคุณธรรม จริยธรรม ก่อนการเรียนการสอน</p>
<p><b>2. ขั้นการสอนและให้ความรู้</b></p> <p>2.1 ครูอธิบาย บรรยายเกี่ยวกับเทคนิควิธีการปิดการขาย</p>	<p>2.1 นักศึกษาฟังบรรยายและศึกษาข้อมูลจากหนังสือประกอบการเรียนรายวิชาการขายเบื้องต้น 2</p>
<p><b>3. ขั้นการสรุป</b></p> <p>3.1 ครูและนักศึกษาร่วมกันสรุปเนื้อหา</p> <p>3.2 ครูตอบคำถามนักศึกษาเพื่อให้ความกระจ่างในบทเรียน</p>	<p>3.1 นักศึกษาร่วมกับครูสรุปเนื้อหาในแต่ละหัวข้อเรื่อง</p> <p>3.2 นักศึกษาซักถามหัวข้อที่ยังสงสัยจากการฝึกออกแบบใบงาน</p>
<p><b>4. ขั้นการวัดและประเมินผล</b></p> <p>4.1 ให้นักศึกษาทำใบงานตามที่มอบหมาย</p> <p>4.2 แบบฝึกหัดหน่วยที่ 7</p> <p>4.3 แบบทดสอบหน่วยที่ 7</p>	<p>4.1 นักศึกษาเก็บข้อมูลตามใบงานที่มอบหมาย</p> <p>4.2 นักศึกษาทำแบบฝึกหัดหน่วยที่ 7</p> <p>4.3 นักศึกษาทดสอบหน่วยที่ 7</p>

## 5. สื่อและแหล่งการเรียนรู้

1. หนังสือการขายเบื้องต้น 2
2. เว็บไซต์ของสมาคมการตลาด
3. หนังสือพิมพ์ธุรกิจ
4. ใบมอบหมายงาน

## 6. หลักฐาน

1. แบบฝึกหัด
2. แบบทดสอบ
3. รายงานตามใบมอบหมายงานประจำบท

## 7. วัดผลและประเมินผล

### 7.1 เครื่องมือประเมิน

1. แบบทดสอบประจำบทที่ 7
2. แบบฝึกหัดประจำบทที่ 7
3. แบบประเมินผลการเก็บแบบสอบถาม

### 7.2 เกณฑ์การประเมิน

นักศึกษาต้องได้คะแนนไม่ต่ำกว่าร้อยละ 60 ของคะแนนประเมิน

## 8. กิจกรรมเสนอแนะ

นักศึกษาศึกษาค้นคว้าเพิ่มเติมเกี่ยวกับปิดการขายแบบต่างๆ จากแหล่งเรียนรู้นอกสถานศึกษาต่างๆ หอสมุดของมหาวิทยาลัยในพื้นที่ หรือสื่ออินเทอร์เน็ต



**9. บันทึกหลังการสอน**

**9.1 ข้อสรุปหลังการสอน**

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

**9.2 ปัญหาที่พบ**

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

**9.3 แนวทางแก้ปัญหา**

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

หน่วยที่.....8.....

จำนวน.....3.....ชั่วโมง

## แผนการจัดการเรียนรู้

วิชา การขายเบื้องต้น 2

ชื่อหน่วย การติดตามผลและการบริการหลังการขาย

เรื่อง การติดตามผลและการบริการหลังการขาย

### 1. สาระสำคัญ

เมื่อพนักงานขายได้ทำการปิดการขายได้แล้ว ขั้นสุดท้ายต้องติดตามผลหลังการขาย เพื่อจะได้ทราบความพอใจของลูกค้าที่มีต่อผลิตภัณฑ์ว่ามีมากน้อยเพียงใด หรือมีปัญหาอย่างไร ตลอดจนสามารถแนะนำสินค้าตัวใหม่ให้ลูกค้าได้ การติดตามผลการขายจะทำให้ลูกค้ามีความประทับใจต่อพนักงานขาย

### 2. จุดประสงค์การเรียนรู้

จุดประสงค์เชิงพฤติกรรม

- 1.บอกประโยชน์ของการติดตามผลการขายได้
- 2.อธิบายการติดตามผลการทำงานปฏิบัติงานของพนักงานขายได้
- 3.อธิบายการบริการหลังการขายได้
- 4.บอกการบริการที่ดีจากพนักงานขายทำให้เกิดผลดีได้

### 3. เนื้อหาสาระ

การติดตามผลการขาย เป็นขั้นตอนสุดท้ายของกระบวนการขายเพื่อการติดตามผล การปฏิบัติงานของพนักงานและทำการแก้ไขปรับปรุงการปฏิบัติงานให้เป็นไปตามแผนที่วางไว้ นอกจากนี้การติดตามผลจะเป็นตัวชี้ว่าพนักงานขายดำเนินงานได้ผลตามแผนที่วางไว้มากหรือน้อยเพียงใด

#### ประโยชน์ของการติดตามผล

1. ทำให้ทราบความรู้สึกของลูกค้าจากการใช้ผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับข้อดี ข้อบกพร่องและอื่น ๆ ของผลิตภัณฑ์ เพื่อนำมาพัฒนาปรับปรุงผลิตภัณฑ์ใหม่ให้ดีขึ้น

2. เป็นการสร้างความรู้สึกและความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า ทั้งนี้เพราะการติดตามผลของการขายจะแสดงถึงความสนใจของพนักงานขายที่มีต่อลูกค้า

3. เป็นการประเมินผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายเอง เพื่อพัฒนาและปรับปรุงการปฏิบัติงานให้ดีขึ้น

4. ก่อให้เกิดลูกค้าแบบลูกโซ่ กล่าวคือ จากความรู้สึกที่ดีที่ลูกค้ามีต่อพนักงาน ต่อกิจการ ต่อผลิตภัณฑ์และต่อการบริการของพนักงานขาย จะส่งผลให้มีการถ่ายทอดความรู้สึกที่ดีนั้นต่อผู้ใกล้ชิด การติดตามผลของการปฏิบัติงานของพนักงานขาย สามารถทำได้ 2 กรณี คือ

1. พนักงานขายสามารถปิดการขายได้สำเร็จ และต้องทำการติดตามผลการขายเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการขาย

2. พนักงานขายไม่สามารถปิดการขายได้เพราะลูกค้าปฏิเสธการซื้อ การติดตามผลของผู้บริหารการขายจะทำให้เกิดประโยชน์ ดังนี้

1. ทราบวิธีการทำงานและสภาพการทำงานของพนักงานขาย

2. สามารถแก้ไขข้อบกพร่องที่เกิดขึ้น ได้ทันเหตุการณ์ซึ่งยอมทำให้ผลของการทำงานของพนักงานขายดีขึ้น

3. ทำให้เกิดความใกล้ชิดต่อพนักงานขายและพนักงานขายเกิดความอบอุ่น มีกำลังใจในการทำงาน

#### การบริการหลังการขาย

นักขายสมัยใหม่ถือว่าหัวใจของการทำงานคือ การบริการหลังการขายเป็นประการสำคัญในการสร้างฐานหรือเครือข่ายของลูกค้า โดยมีจิตสำนึกของการเป็นผู้ให้ คอยเป็นผู้ประสานแจ้งข่าวสารต่าง ๆ หรือเรื่องที่เป็นประโยชน์แก่ลูกค้า ซึ่งหมายถึง การเป็นตัวแทนของบริษัทที่จะต้องออกไปสร้างความเชื่อถือ หรือภาพพจน์ให้เกิดขึ้นเพื่อลูกค้าที่ซื้อสินค้า

**การบริการที่ดีจากพนักงานขายทำให้เกิดผลดี คือ**

- 1.เกิดการซื้อขายได้ง่ายขึ้นและสะดวกขึ้น
- 2.ลูกค้าเก่าจะซื้อได้โดยไม่ลังเล และจะได้ลูกค้ารายใหม่จากลูกค้ารายเก่าเรื่อย ๆ
- 3.การบริการที่ดี ช่วยให้ลูกค้ามีทัศนคติและเกิดภาพพจน์ที่ดีขององค์การ

**การบริการที่พนักงานขายนำมาใช้เพื่อความเป็นเลิศดังนี้**

- 1.โทรศัพท์สอบถาม
- 2.พบปะเยี่ยมเยียน
- 3.อวยพรเทศกาลสำคัญ
- 4.ร่วมงานสำคัญ ๆ กับลูกค้า
- 5.ส่งข่าวสาร และบริการตรวจเช็คสินค้า
- 6.การบริการที่ไม่เกี่ยวกับการขาย

## 4. กิจกรรมการเรียนรู้

กิจกรรมครู	กิจกรรมผู้เรียน
<p><b>1. ขั้นนำเข้าสู่บทเรียน</b></p> <p>1.1 ครูยกตัวอย่างการให้บริการหลังการขาย</p> <p>1.2 อบรม คุณธรรมจริยธรรมในการประสานงานติดต่อกับบุคคลอื่น</p> <p><b>2. ขั้นการสอนและให้ความรู้</b></p> <p>2.1 ครูอธิบาย บรรยายเกี่ยวกับการติดตามผลการขายและการบริการหลังการขาย</p> <p><b>3. ขั้นการสรุป</b></p> <p>3.1 ครูและนักเรียนร่วมกันสรุปเนื้อหา</p> <p>3.2 ครูตอบคำถามนักเรียนเพื่อให้ความกระจ่างในบทเรียน</p> <p><b>4. ขั้นการวัดและประเมินผล</b></p> <p>4.1 ให้นักศึกษาทุกคนฝึกลองฝึกการวิเคราะห์คู่แข่งชั้นของสินค้าที่กำหนดให้</p> <p>4.2 แบบฝึกหัดหน่วยที่ 8</p> <p>4.3 แบบทดสอบหน่วยที่ 8</p>	<p>1.1 นักศึกษาซักถามเกี่ยวกับการยกตัวอย่าง</p> <p>1.2 นักศึกษารับฟังการอบรมคุณธรรม จริยธรรม ก่อนการเรียนการสอน</p> <p>2.1 นักศึกษาฟังบรรยายและศึกษาข้อมูลจากหนังสือประกอบการเรียนรายวิชาการขายเบื้องต้น</p> <p>3.1 นักเรียนร่วมกับครูสรุปเนื้อหาในแต่ละหัวข้อเรื่อง</p> <p>3.2 นักศึกษาซักถามหัวข้อที่ยังสงสัยจากการปฏิบัติตามใบงาน</p> <p>4.1 นักศึกษาปฏิบัติตามใบงานที่มอบหมาย</p> <p>4.2 นักศึกษาทำแบบฝึกหัดหน่วยที่ 8</p> <p>4.3 นักศึกษาทดสอบหน่วยที่ 8</p>

## 5. สื่อและแหล่งการเรียนรู้

1. หนังสือการขายเบื้องต้น 2
2. เว็บไซต์ของสมาคมการตลาด
3. หนังสือพิมพ์ธุรกิจ
4. ใบมอบหมายงาน

## 6. หลักฐาน

1. แบบฝึกหัด
2. แบบทดสอบ
3. รายงานตามใบมอบหมายงาน

## 7. วัดผลและประเมินผล

### 7.1 เครื่องมือประเมิน

1. แบบทดสอบประจำบทที่ 8
2. แบบฝึกหัดประจำบทที่ 8
3. แบบประเมินผลตามใบงานที่มอบหมาย

### 7.2 เกณฑ์การประเมิน

นักศึกษาต้องได้คะแนนไม่ต่ำกว่าร้อยละ 60 ของคะแนนประเมิน

## 8. กิจกรรมเสนอแนะ

นักศึกษาศึกษาค้นคว้าเพิ่มเติมเกี่ยวกับประโยชน์ของการติดตามหลังการขาย จากแหล่งเรียนรู้นอกสถานศึกษาต่าง ๆ หอสมุดของมหาวิทยาลัยในพื้นที่ หรือสื่ออินเทอร์เน็ต

**9. บันทึกหลังการสอน**

**9.1 ข้อสรุปหลังการสอน**

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

**9.2 ปัญหาที่พบ**

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

**9.3 แนวทางแก้ปัญหา**

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

หน่วยที่.....9.....

จำนวน.....3.....ชั่วโมง

## แผนการจัดการเรียนรู้

วิชา การขายเบื้องต้น 2

ชื่อหน่วย เทคนิคการพิชิตใจลูกค้า

เรื่อง เทคนิคพิชิตใจลูกค้า

### 1. สาระสำคัญ

การที่จะพิชิตใจลูกค้า หรือให้ลูกค้าพอใจสินค้า พอใจพนักงานขาย ตลอดจนพอใจกิจการ พนักงานขายต้องอาศัยเทคนิคต่าง ๆ มากมายเพื่อที่จะให้ลูกค้าอนาคตซื้อสินค้า พนักงานขายต้องรู้จักอ่านใจลูกค้าอนาคตให้ได้

### 2. จุดประสงค์การเรียนรู้

จุดประสงค์เชิงพฤติกรรม

1.อธิบายการพิชิตใจลูกค้าได้

2.บอกความหมายของศิลปะการขายได้

3.บอกปัจจัยที่มีความสำคัญกับศิลปะการขายได้



### 3. เนื้อหาสาระ

การพิชิตใจลูกค้า ควรมีความรู้ในเรื่องต่าง ๆ ดังนี้

1. จะต้องรู้ว่าลูกค้าต้องการสินค้าอะไร การรับรู้ความต้องการของลูกค้าอาจใช้วิธีการซักถาม การสังเกตจากพฤติกรรมการแสดงออกของลูกค้า เมื่อนักขายกำลังเสนอขาย ในการขายสินค้าควรให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อสินค้าด้วยความพอใจ ไม่ใช่ขยี้เคียดให้ลูกค้าซื้อ

2. จะต้องรู้วัตถุประสงค์ในการซื้อของลูกค้า
3. จะต้องรู้ว่าลูกค้าต้องการซื้อเมื่อใด หรือรู้จังหวะในการเสนอขาย
4. ต้องรู้กระบวนการตัดสินใจซื้อของลูกค้า
5. จะต้องตอบข้อโต้แย้งของลูกค้าให้ได้

#### ศิลปะการขาย

ศิลปะการขาย หมายถึง การแสดงความสามารถในการขายของพนักงานขายโดยอาศัยประสบการณ์ ความรู้ ความชำนาญ ที่ผ่านการฝึกอบรมมาเป็นอย่างดี เพื่อจูงใจให้ลูกค้ามุ่งหวังยอมรับซื้อเสนอขายไม่ว่าการเสนอขายนั้นจะอยู่ในสภาวะการณ์ใดก็ตาม

#### ความสำคัญของศิลปะการขาย

พนักงานขายที่มีความสามารถในการขายและตื่นตัวในการพัฒนาการขายอยู่เสมอ ย่อมถือได้ว่าเป็นทรัพยากรบุคคลที่มีคุณค่าและก่อให้เกิดประโยชน์ในด้านต่างๆ ดังนี้

1. ทำให้กระบวนการตัดสินใจซื้อเกิดเร็วขึ้น ในลักษณะที่ทำให้ผู้บริโภคได้รับข้อมูลข่าวสาร และกระตุ้นให้มีการตัดสินใจซื้อ
2. ทำให้พนักงานขายสามารถศึกษาและวิเคราะห์ความต้องการของลูกค้ามุ่งหวังได้อย่างแท้จริง
3. ทำให้พนักงานขายสามารถพัฒนาและปรับปรุงตนเองเพื่อเสนอขายแก่ลูกค้ามุ่งหวังในสถานการณ์ต่างๆ กัน

#### ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับศิลปะการขาย

ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับศิลปะการขายและทำให้เกิดประสิทธิผลและประสิทธิภาพในการขายมี 4 ประการ คือ

1. พฤติกรรมในการขาย
2. ทรัพยากรของพนักงานขาย
3. การตระหนักถึงการซื้อของลูกค้า
4. ความสัมพันธ์ของลูกค้ากับพนักงานขาย

## การวิเคราะห์ปัจจัยที่จำเป็นในการเสนอขาย

1. ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์
  - 1.1 ประเภทของผลิตภัณฑ์
  - 1.2 ประโยชน์ของผลิตภัณฑ์
  - 1.3 ความแตกต่างจากผลิตภัณฑ์ของกลุ่มแข่งขัน
  - 1.4 วัฏจักรชีวิตผลิตภัณฑ์
  - 1.5 ความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ระหว่างข้อเท็จจริง
2. ความรู้เกี่ยวกับบริษัท
3. ความรู้เกี่ยวกับคู่แข่ง
4. ความรู้เกี่ยวกับลูกค้า ซึ่งประเภทของลูกค้าสามารถแบ่งเป็นประเภทใหญ่ ๆ ได้ดังนี้
  - 4.1 ลูกค้าประเภทใจเร็ว
  - 4.2 ลูกค้าประเภทจิตใจไม่แน่นอน
  - 4.3 ลูกค้าประเภทมีความมั่นใจในตนเอง
  - 4.4 ลูกค้าประเภทเงียบ
  - 4.5 ลูกค้าประเภทช่างคุยและเป็นกันเอง
5. ความรู้เกี่ยวกับตนเอง
6. การเตรียมตัวทางด้านจิตใจ
 

พนักงานขายที่จะประสบความสำเร็จ ในงานอาชีพการขาย ต้องมีเจตคติที่ดี 6

## ประการ

- 6.1 เจตคติต่อผลิตภัณฑ์และบริการ
- 6.2 เจตคติต่อนายจ้าง
- 6.3 เจตคติต่อตนเอง
- 6.4 เจตคติต่อการขาย
- 6.5 เจตคติต่อผู้อื่น
- 6.6 เจตคติต่ออนาคตของตนเอง

## 4. กิจกรรมการเรียนรู้

กิจกรรมครู	กิจกรรมผู้เรียน
<p><b>1. ขั้นนำเข้าสู่บทเรียน</b></p> <p>1.1 ครูสอบถามถึงความรู้จากบทเรียนที่ผ่านมา</p> <p>1.2 ครูสุ่มสอบถามเกี่ยวกับวิธีพิชิตใจลูกค้าจากประสบการณ์ของนักศึกษา</p> <p>1.3 อบรม คุณธรรมจริยธรรมที่พึงประสงค์</p> <p><b>2. ขั้นการสอนและให้ความรู้</b></p> <p>2.1 ครูอธิบาย บรรยายเกี่ยวกับเทคนิคพิชิตใจลูกค้า</p> <p>2.2 ครูให้นักศึกษาฝึกการสร้างคำพูดในการเสนอขายและปิดการขายในรูปแบบต่าง ๆ</p> <p><b>3. ขั้นการสรุป</b></p> <p>3.1 ครูและนักศึกษาร่วมกันสรุปเนื้อหา</p> <p>3.2 ครูตอบคำถามนักศึกษาเพื่อให้ความกระจ่างในบทเรียน</p> <p><b>4. ขั้นการวัดและประเมินผล</b></p> <p>4.1 ให้นักศึกษาทุกคนออกแบบสร้างคำพูดเสนอขายและปิดการขาย</p> <p>4.2 แบบฝึกหัดหน่วยที่ 9</p> <p>4.3 แบบทดสอบหน่วยที่ 9</p>	<p>1.1 นักศึกษาตอบคำถามความรู้จากบทเรียนที่ผ่านมา</p> <p>1.2 นักศึกษาตอบคำถาม</p> <p>1.3 นักศึกษารับฟังการอบรมคุณธรรม จริยธรรม ก่อนการเรียนการสอน</p> <p>2.1 นักศึกษาฟังบรรยายและศึกษาข้อมูลจากหนังสือประกอบการเรียนรายวิชาการขายเบื้องต้น 1</p> <p>2.2 นักศึกษาฝึกปฏิบัติสร้างคำพูดเสนอขายและปิดการขายในรูปแบบต่าง ๆ</p> <p>3.1 นักศึกษาร่วมกับครูสรุปเนื้อหาในแต่ละหัวข้อเรื่อง</p> <p>3.2 นักศึกษาซักถามหัวข้อที่ยังสงสัย</p> <p>4.1 นักศึกษาฝึกออกแบบสร้างคำพูดเสนอขายและปิดการขาย</p> <p>4.2 นักศึกษาทำแบบฝึกหัดหน่วยที่ 9</p> <p>4.3 นักศึกษาทดสอบหน่วยที่ 9</p>

## 5. สื่อและแหล่งการเรียนรู้

1. หนังสือการขายเบื้องต้น 2
2. เว็บไซต์ของสมาคมการตลาด
3. หนังสือพิมพ์ธุรกิจ
4. ใบมอบหมายงาน

## 6. หลักฐาน

1. แบบฝึกหัด
2. แบบทดสอบ
3. รายงานตามใบมอบหมายงาน

## 7. วัดผลและประเมินผล

### 7.1 เครื่องมือประเมิน

1. แบบทดสอบประจำบทที่ 9
2. แบบฝึกหัดประจำบทที่ 9
3. แบบประเมินผลตามใบงานที่มอบหมาย

### 7.2 เกณฑ์การประเมิน

นักศึกษาต้องได้คะแนนไม่ต่ำกว่าร้อยละ 60 ของคะแนนประเมิน

## 8. กิจกรรมเสนอแนะ

นักศึกษาศึกษาค้นคว้าเพิ่มเติมเกี่ยวกับรูปแบบการเสนอขาย พิชิตใจลูกค้าและปิดการขาย จากแหล่งเรียนรู้นอกสถานศึกษาต่าง ๆ หอสมุดของมหาวิทยาลัยในพื้นที่ หรือสื่ออินเทอร์เน็ต

**9. บันทึกหลังการสอน**

**9.1 ข้อสรุปหลังการสอน**

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

**9.2 ปัญหาที่พบ**

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

**9.3 แนวทางแก้ปัญหา**

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

หน่วยที่.....10.....

จำนวน.....3.....ชั่วโมง

## แผนการจัดการเรียนรู้

วิชา การขายเบื้องต้น2

ชื่อหน่วย ความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีทันสมัยที่เกี่ยวข้องกับงานขาย

เรื่อง ความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีทันสมัยที่เกี่ยวข้องกับงานขาย

### 1. สาระสำคัญ

ในปัจจุบันนี้เรื่องของธุรกิจกับเทคโนโลยี มีความสัมพันธ์เชื่อมโยงกันเป็นอย่างมาก เนื่องจากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีทำให้เกิดสินค้าใหม่ ๆ ขึ้นมาในตลาด จึงทำให้จำเป็นที่พนักงานขายต้องหันมาสนใจ และเข้าถึงลักษณะของเทคโนโลยีนั้น ๆ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งที่มีผลกระทบต่อรูปแบบการดำเนินชีวิต การบริโภคและความสามารถในการใช้จ่ายของบุคคล ทำให้เกิดผลิตภัณฑ์ที่ทันสมัยและมีประสิทธิภาพ

### 2. จุดประสงค์การเรียนรู้

จุดประสงค์เชิงพฤติกรรม

- 1.อธิบายความสัมพันธ์ของเทคโนโลยีกับธุรกิจได้
- 2.อธิบายบทบาทของเทคโนโลยีในธุรกิจของงานขายได้
- 3.บอกเครื่องมือทางเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับงานขายได้
- 4.อธิบายเรื่องพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ได้
- 5.บอกรูปแบบธุรกิจในตลาดอิเล็กทรอนิกส์ได้
- 5.บอกอุปสรรคที่มีผลกระทบต่องานขายในตลาดออนไลน์ได้

### 3. เนื้อหาสาระ

#### เทคโนโลยีกับธุรกิจ

ผู้บริหารต้องคำนึงถึงความสอดคล้องระหว่างการดำเนินธุรกิจ เทคโนโลยีและการตัดสินใจที่ต้องกระทำอย่างสอดคล้องกัน ปัจจุบันผู้บริหารต้องประยุกต์เทคโนโลยีสารสนเทศและการตัดสินใจทางธุรกิจขององค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้เกิดวิสัยทัศน์และสร้างโอกาสในการประยุกต์ให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่องค์กร ผู้บริหารต้องสามารถจัดการกับเทคโนโลยีอย่างมีประสิทธิภาพ

1.ระบบสารสนเทศทางธุรกิจ ระบบสารสนเทศทางธุรกิจ เป็นระบบสารสนเทศที่ถูกพัฒนาขึ้นเพื่อสนับสนุนการดำเนินงานของธุรกิจให้ดำเนินการอย่างมีระบบ โดยเราสามารถจำแนกระบบสารสนเทศตามหน้าที่ทางธุรกิจได้ ดังต่อไปนี้

- 1.ระบบสารสนเทศด้านการบัญชี
- 2.ระบบสารสนเทศด้านการเงิน
- 3.ระบบสารสนเทศด้านการตลาด
- 4.ระบบสารสนเทศด้านการผลิตและการดำเนินงาน
- 5.ระบบสารสนเทศด้านทรัพยากรบุคคล

#### 2.ระบบสารสนเทศด้านการตลาด

การตลาดเป็นหน้าที่สำคัญทางธุรกิจ เนื่องจากหน่วยงานด้านการตลาดจะรับผิดชอบในเรื่องการกระจายสินค้าและบริการไปสู่ผู้บริโภค โดยข้อมูลสารสนเทศด้านการตลาด ประกอบด้วย

- 1.การปฏิบัติงาน
- 2.การวิจัยตลาด
- 3.คู่แข่งขั้น
- 4.กลยุทธ์ขององค์กร
- 5.ข้อมูลภายนอก เช่น การเปลี่ยนแปลงเศรษฐกิจ การเมือง สังคม

สารสนเทศด้านการตลาดอาจจะมี ความแตกต่างกันตามประเภทของธุรกิจ ซึ่งเราสามารถจำแนกระบบย่อยของระบบสารสนเทศด้านการตลาดได้ดังนี้

#### 1.ระบบสารสนเทศสำหรับการขาย สามารถแบ่งระบบย่อยได้ 3 ระบบ ดังนี้

- 1.1 ระบบสารสนเทศสำหรับสนับสนุนการขาย
- 1.2 ระบบสารสนเทศสำหรับวิเคราะห์การขาย
- 1.3 ระบบสารสนเทศสำหรับการวิเคราะห์ลูกค้า

#### 2.ระบบสารสนเทศสำหรับการวิจัยตลาด สามารถแบ่งออกเป็นระบบย่อยตามหน้าที่

ได้ 2 ระบบ

- 2.1 ระบบสารสนเทศสำหรับการวิจัยลูกค้า

## 2.2ระบบสารสนเทศสำหรับการวิจัยตลาด

3.ระบบสารสนเทศสำหรับการส่งเสริมการตลาด เป็นระบบที่ให้ความสำคัญกับแผนงานทางด้านการโฆษณาและส่งเสริมการขาย

4.ระบบสารสนเทศสำหรับการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ เป็นระบบสารสนเทศที่วิเคราะห์ถึงความเป็นไปได้ของผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ

5.ระบบสารสนเทศสำหรับพยากรณ์ยอดขาย เป็นระบบที่ใช้ในการวางแผนการขาย แผนการทำกำไรของบริษัท

6.ระบบสารสนเทศสำหรับการวางแผนกำไร เป็นระบบสารสนเทศที่ให้ความสำคัญกับการวางแผนทำกำไรทั้งระยะสั้นและระยะยาวของธุรกิจ

7.ระบบสารสนเทศสำหรับการกำหนดราคา

8.ระบบสารสนเทศสำหรับการควบคุมค่าใช้จ่าย

### บทบาทของเทคโนโลยีในการธุรกิจของงานขาย

เทคโนโลยีถือเป็นปัจจัยที่ช่วยสนับสนุนและพัฒนาธุรกิจ โดยทำธุรกรรมผ่านระบบเครือข่าย ทำให้ลูกค้ามีการแลกเปลี่ยนข้อมูลในระบบอิเล็กทรอนิกส์มากขึ้น โดยแนวทางการนำเทคโนโลยีไปใช้ในการปฏิบัติการขาย ได้แก่

การวางแผนการขาย

การจัดทำงบประมาณการขาย

การพยากรณ์ยอดขาย

การวิเคราะห์ผลงานการขาย

การวิเคราะห์ต้นทุนและกำไรจากการขาย

### เครื่องมือทางเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับงานขาย

1.เว็ลด์ไวด์เว็บ หรือ บริการข้อมูลข่าวสารในแบบสื่อประสมหรือแบบมัลติมีเดีย ซึ่งจะมีข้อมูลที่มีทั้งตัวอักษร ข้อความ ภาพและเสียงประกอบกัน

2.อีเมล จดหมายอิเล็กทรอนิกส์หรือไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์คือวิธีการเขียนส่งหรือรับข้อความผ่านเครือข่ายเชื่อมโยงระบบอิเล็กทรอนิกส์

3.เมตลิ่งลิสต์ คือกลุ่มของบุคคลที่มีความสนใจเรื่องเดียวกันถือเป็นกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

4.เว็บบอร์ด คือกระดานข่าวที่ให้ผู้คนเข้ามาเสนอความคิดเห็นหรือพูดคุย

### พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เกิดขึ้นในระบบครั้งแรกเมื่อปี พ.ศ. 2513 ซึ่งได้มีการเริ่มโอนเงินทางอิเล็กทรอนิกส์หรือ EFT ต่อมาไม่นานเกิดระบบการส่งเอกสารอิเล็กทรอนิกส์หรืออีดีไอ ซึ่งสามารถช่วยขยายการส่งข้อมูลจากเดิมที่เป็นข้อมูลทางการเงินอย่างเดียวเป็นการส่งข้อมูลแบบอื่น ๆ ได้ด้วย

ประเภทของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ แบ่งออกเป็น 6 ประเภท



- 1.ธุรกิจกับธุรกิจ
- 2.ธุรกิจกับลูกค้า
- 3.ธุรกิจกับรัฐบาล
- 4.ลูกค้ากับลูกค้า
- 5.รัฐบาลกับรัฐบาล
- 6.รัฐบาลกับประชาชน

#### รูปแบบของธุรกิจในตลาดอิเล็กทรอนิกส์

- 1.รายการสินค้าออนไลน์
- 2.ร้านค้าปลีกออนไลน์
- 3.การประมูลสินค้า
- 4.การประกาศขายสินค้า
- 5.ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์
- 6.การให้บริการอิเล็กทรอนิกส์

#### อุปสรรคที่มีผลกระทบต่องานขายในตลาดออนไลน์

- 1.ใช้สื่อออนไลน์ชนิดเดียวสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมาย
- 2.ไม่มีนโยบายชัดเจนในการสร้างเว็บไซต์เพื่อใช้งานของกิจการ
- 3.ขาดความรู้ ความชำนาญและประสบการณ์
- 4.กลยุทธ์ทางการตลาดมีความล้าสมัย
- 5.ให้ความสำคัญกับเทคโนโลยีมากกว่าความสำคัญทางการตลาด

## 4. กิจกรรมการเรียนรู้

กิจกรรมครู	กิจกรรมผู้เรียน
<p><b>1. ขั้นนำเข้าสู่บทเรียน</b></p> <p>1.1 ครูยกตัวอย่างเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับการขายซึ่งอยู่ในชีวิตประจำวัน</p> <p>1.2 ครูถามถึงเทคโนโลยีที่นักศึกษาใช้ในการซื้อขายสินค้า</p> <p>1.3 อบรม คุณธรรมจริยธรรมที่พึงประสงค์</p>	<p>1.1 นักศึกษาซักถามเกี่ยวกับเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับการขายในชีวิตประจำวัน</p> <p>1.2 นักศึกษาตอบคำถามเกี่ยวกับเทคโนโลยีที่ใช้ในการซื้อขายสินค้า</p> <p>1.3 นักศึกษารับฟังการอบรมคุณธรรม จริยธรรม ก่อนการเรียนการสอน</p>
<p><b>2. ขั้นการสอนและให้ความรู้</b></p> <p>2.1 ครูอธิบาย บรรยายเกี่ยวกับเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับงานขาย</p>	<p>2.1 นักศึกษาฟังบรรยายและศึกษาข้อมูลจากหนังสือประกอบการเรียนรายวิชาการขายเบื้องต้น 2</p>
<p><b>3. ขั้นการสรุป</b></p> <p>3.1 ครูและนักศึกษาร่วมกันสรุปเนื้อหา</p> <p>3.2 ครูตอบคำถามนักศึกษาเพื่อให้ความกระจ่างในบทเรียน</p>	<p>3.1 นักศึกษาร่วมกับครูสรุปเนื้อหาในแต่ละหัวข้อเรื่อง</p> <p>3.2 นักศึกษาซักถามหัวข้อที่ยังสงสัย</p>
<p><b>4. ขั้นการวัดและประเมินผล</b></p> <p>4.1 ให้นักศึกษาทุกคนฝึกออกแบบประเมินผลพนักงานขายตามใบงาน</p> <p>4.2 แบบฝึกหัดหน่วยที่ 10</p> <p>4.3 แบบทดสอบหน่วยที่ 10</p>	<p>4.1 นักศึกษาฝึกออกแบบประเมินผลตามใบงาน</p> <p>4.2 นักศึกษาทำแบบฝึกหัดหน่วยที่ 10</p> <p>4.3 นักศึกษาทดสอบหน่วยที่ 10</p>

## 5. สื่อและแหล่งการเรียนรู้

1. หนังสือการขายเบื้องต้น 2
2. เว็บไซต์ของสมาคมการตลาด
3. หนังสือพิมพ์ธุรกิจ
4. ใบมอบหมายงาน

## 6. หลักฐาน

1. แบบฝึกหัด
2. แบบทดสอบ
3. รายงานตามใบมอบหมายงาน

## 7. วัดผลและประเมินผล

### 7.1 เครื่องมือประเมิน

1. แบบทดสอบประจำบทที่ 10
2. แบบฝึกหัดประจำบทที่ 10
3. แบบประเมินผลการออกแบบประเมินผลพนักงานขาย

### 7.2 เกณฑ์การประเมิน

นักศึกษาต้องได้คะแนนไม่ต่ำกว่าร้อยละ 60 ของคะแนนประเมิน

## 8. กิจกรรมเสนอแนะ

นักศึกษาศึกษาค้นคว้าเพิ่มเติมเกี่ยวกับเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับการขาย จากแหล่งเรียนรู้นอกสถานศึกษาต่าง ๆ หอสมุดของมหาวิทยาลัยในพื้นที่ หรือสื่ออินเทอร์เน็ต

**9. บันทึกหลังการสอน**

**9.1 ข้อสรุปหลังการสอน**

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

**9.2 ปัญหาที่พบ**

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

**9.3 แนวทางแก้ปัญหา**

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

รายการตรวจสอบและอนุญาตให้ใช้

ควรอนุญาตให้ใช้การสอนได้

ควรปรับปรุง

เกี่ยวกับ .....

.....

.....

.....

ลงชื่อ (.....)

หัวหน้าหมวด / แผนกวิชา

..... / ..... / .....

เห็นควรอนุญาตให้ใช้การสอนได้

ควรปรับปรุงดังเสนอ

อื่นๆ .....

.....

.....

.....

ลงชื่อ (.....)

รองผู้อำนวยการฝ่ายวิชาการ

..... / ..... / .....

อนุญาตให้ใช้การสอนได้

อื่นๆ .....

.....

.....

.....

ลงชื่อ (.....)

ผู้อำนวยการ

..... / ..... / .....