

COURSE
OUTLINE



KCT ACADEMY

Professional Used Car Closing Techniques

เทคนิคการขายปิดการขายรถยนต์มือสองอย่างมืออาชีพ

หลักสูตร 1 วัน



nartiya@kctathailand.com



02-003-2125

085-939-1593



kctathailand.com
Knowledge That Moves You



หลักการและความสำคัญ

หลักสูตรนี้มุ่งเน้นการสอนที่เหนือกว่าเพียงแค่ "เทคนิคปิดการขาย" แต่เริ่มปูพื้นฐานตั้งแต่การทำความเข้าใจลูกค้า การสร้างมูลค่า (Value) ให้กับรถยนต์มือสอง การรับมือกับข้อโต้แย้ง ตลอดจนการวางระบบติดตามผล (Follow-up) จนกระทั่งลูกค้าตัดสินใจซื้อ

- **แนวคิดหลัก:** เปลี่ยนทัศนคติและพฤติกรรมการขายจากการมุ่งเน้นเรื่องราคา หรือคำว่า "ลดได้เท่าไร?" ไปสู่การขายที่เน้นคุณค่าว่า "คันนี้คุ้มค่าและเหมาะกับลูกค้าอย่างไร?"
- **ปัญหาหลักของทีมขาย (Pain Points):** ลูกค้ามักขอรับกลับไปคิดดูก่อนแล้วเงียบหาย, ต่อรองราคาเป็นหลัก, พนักงานไม่สามารถสร้าง Value ให้ตัวรถได้ และขาดการ Follow-up อย่างต่อเนื่อง





KCT ACADEMY

วัตถุประสงค์

- เพื่อให้ทีมขายค้นหาและทราบความต้องการที่แท้จริงของลูกค้า
- เพื่อให้ทีมขายวิเคราะห์และจำแนกประเภทของลูกค้าได้อย่างถูกต้องและนำไปสู่การนำเสนอ Value ของสินค้า
- เพื่อให้ทีมขายสามารถตอบข้อโต้แย้งเกี่ยวกับราคา, อัตราดอกเบี้ย, การจัดไฟแนนซ์, ค่างวด และรถของคู่แข่งได้อย่างมืออาชีพ
- เพื่อให้ทีมขายเลือกใช้เทคนิคการปิดการขายที่เหมาะสมกับแต่ละสถานการณ์
- เพื่อวางแผนการติดตามผล (Follow-up) อย่างมีประสิทธิภาพและเป็นระบบ



เนื้อหาการอบรม

Time	Detail (Course)
09.00 - 10.30	เข้าใจพฤติกรรมลูกค้ารถมือสอง และเหตุผลที่ดีลไม่ปิด - o สาเหตุที่ลูกค้าให้ความสนใจแต่ยังไม่ยอมตัดสินใจซื้อ - o ข้อแตกต่างระหว่าง "ลูกค้าที่แค่สนใจ" กับ "ลูกค้าที่พร้อมตัดสินใจ" - o เจาะลึกสาเหตุที่ลูกค้าขอกลับไปคิดก่อนแล้วไม่ติดต่อกลับมาอีก - o การแบ่งประเภทลูกค้ารถมือสอง • ลูกค้ากลัวรถมีปัญหา • ลูกค้าเน้นราคาที่ถูกที่สุด • ลูกค้ากังวลเรื่องไฟแนนซ์ไม่ผ่าน • ลูกค้าที่ตระเวนเปรียบเทียบหลายเต็นท์หรือหลายแพลตฟอร์ม • ลูกค้าที่ต้องกลับไปตัดสินใจร่วมกับครอบครัว - o จุดผิดพลาดของพนักงานขายที่ทำให้ดีลหลุด: - รับนำเสนอราคาเร็วเกินไป • มุ่งตอบแต่เรื่องส่วนลด • ไม่ซักถามเพื่อหาความต้องการที่แท้จริง • ขาดการวาง Next Step หลังลูกค้าเดินออกจากโชว์รูม Workshop 1: Lost Deal Diagnosis - o ให้ผู้เข้าอบรมร่วมกันวิเคราะห์เคสที่เกิดขึ้นจริง: "ลูกค้ามาดูรถ ทดลองขับสนใจ แต่บอกว่าขอกลับไปคิดก่อน จากนั้นไม่รับสายอีกเลย" - o โจทย์ที่ต้องตอบ 4 ข้อ: (1) ลูกค้ายังติดปัญหาอะไรอยู่ (2) Sales พลาดตรงจุดไหน (3) ควรถามอะไรเพิ่มเติม (4) ควรติดตามผลอย่างไร

Time	Detail (Course)
10:45-12:00	เทคนิคการตั้งคำถามและพูดคุยแบบที่ปรึกษา (Consultative Selling) o คำถามสำคัญที่ Sales รถมือสองควรถามก่อนเสนอรถ: • ลักษณะการใช้งานเป็นแบบไหน? ใครเป็นคนใช้งานหลัก? • ตั้งงบประมาณรวมทั้งหมดไว้เท่าไร? • ต้องการผ่อนชำระต่อเดือนประมาณเท่าไร? • มีรถคันเก่าที่จะนำมาเทรดอิน (Trade-in) หรือไม่? • สิ่งกังวลใจมากที่สุดคืออะไร? • ได้ดูรถรุ่นอื่นหรือเต็นท์อื่นไว้บ้างแล้วหรือยัง? o การแยกแยะระหว่าง "Need" (ความจำเป็น) กับ "Want" (ความต้องการ) o การจับสัญญาณซื้อ (Buying Signal) ของลูกค้า จากการถามเรื่อง: • เรื่องการจัดไฟแนนซ์ / เรื่องการวางแผนเงินทอง / เรื่องการรับรถ • เรื่องส่วนลด / เรื่องการรับประกันหลังการขาย o เทคนิคการสรุปทวนความต้องการ เพื่อแสดงให้ลูกค้าเห็นว่า Sales เข้าใจอย่างแท้จริง Workshop 2: Customer Need Mapping o แบ่งกลุ่มฝึกตั้งคำถามกับลูกค้า 3 รูปแบบหลัก: (1) ลูกค้าเน้นราคาถูก (2) ลูกค้ากลัวรถมีปัญหา (3) ลูกค้ามีงบผ่อนจำกัด o สิ่งที่คุณเรียนต้องสรุปให้ได้: ลูกค้าต้องการอะไรจริง? / กังวลอะไร? / รถคันไหนที่ตอบโจทย์? / ควรนำเสนอ Value ในรูปแบบใด?

เนื้อหาการอบรม

Time	Detail (Course)
13:00-14:15	การสร้าง Value ของรถมือสอง แทนการแข่งขันด้านราคา o Value 5 ด้านที่ Sales ต้องสื่อสารให้เป็น: - ด้านสภาพรถ: ความสมบูรณ์ของตัวถัง, สี, เครื่องยนต์, ช่วงล่าง และภายในห้องโดยสาร - ด้านประวัติรถ: เลขไมล์แท้, ประวัติเช็กศูนย์, เจ้าของเดิม, ยืนยันไม่มีชนหนัก/น้ำท่วม/ดัดแปลง - ด้านความพร้อมใช้งาน: ผ่านการซ่อมบำรุงแล้ว, เอกสารพร้อมโอน, รถพร้อมใช้, มีบริการหลังการขาย - ด้านความมั่นใจ: มีการตรวจสอบสภาพรับรอง, มีการรับประกัน, เอกสารโปร่งใส, บริษัทผู้ขายมีความน่าเชื่อถือ - ด้านการเงิน: ยอดผ่อนที่เหมาะสม, ไฟแนนซ์ช่วยจัดโครงสร้างเครดิต, เปรียบเทียบความคุ้มค่าเมื่อเทียบกับรถใหม่ o เทคนิคการเปลี่ยนบทสนทนาเรื่องราคาให้เป็นเรื่องคุณค่า (Price Talk to Value Talk): - โจทย์จากลูกค้า: “ทำไมคันนี้แพงกว่าที่อื่น?” - Sales แบบเดิม: “ลดได้นิดหน่อยครับ” - Sales แบบใหม่: “คันนี้ราคาอาจไม่ใช่ถูกที่สุดครับ แต่สิ่งที่ลูกค้าจะได้คือประวัติที่ชัดเจน สภาพพร้อมใช้งานทันทีโดยไม่ต้องนำไปเก็บงานเพิ่ม และสร้างความมั่นใจได้มากกว่าทั้งในการจัดไฟแนนซ์และการใช้งานในระยะยาวครับ” • Workshop 3: Value Selling Script o ให้ผู้เรียนเลือกรถจริงมา 1 คัน แล้วเขียนบทพูด Sales Talk 3 รูปแบบเพื่อรับมือกับ: (1) ลูกค้าเน้นราคา (2) ลูกค้ากลัวรถมีปัญหา (3) ลูกค้าที่นำไปเปรียบเทียบกับคู่แข่ง • Learning Outcome: ผู้เข้าอบรมสามารถนำเสนอคุณค่าของรถทดแทนการให้ส่วนลด และสามารถอธิบายให้ลูกค้ารู้สึกคล้อยตามว่า “ราคานี้มีเหตุผลและคุ้มค่า”

เนื้อหาการอบรม

Time	Detail (Course)
14:30 - 15:30	รับมือข้อโต้แย้ง ราคา ดอกเบี้ย ไฟแนนซ์ และการต่อรอง o พัฒนจากหลักสูตรเดิมที่มีหัวข้อการตอบคำถามเรื่องราคา การต่อรอง และการเปรียบเทียบ(ฝึกตอบ"แพงไปไหม?"/"ลดได้เท่าไร?")โดยในหลักสูตรใหม่นี้จะขยายเนื้อหาให้ครอบคลุมข้อโต้แย้งที่พบบ่อยที่สุดในธุรกิจไฟแนนซ์และรถมือสอง o 10 ข้อโต้แย้งหลัก (Objection) ที่ต้องฝึกรับมือ: 1. "งอกลับไปคิดดูก่อน" 2. "ราคาแพงเกินไป" 3. "เห็นที่อื่น/ที่อื่นถูกกว่า" 4. "ลดราคาได้เท่าไร" 5. "อัตราดอกเบี้ยสูง" 6. "ค้างงวดต่อเนื่องเดือนสูงไป" 7. "กลัวจัดไฟแนนซ์ไม่ผ่าน" 8. "กลัวรถจะมีปัญหาภายหลัง" 9. "ขอประเมินและตามแฟน/ครอบครัวก่อน" 10. "ยังไม่มีเวลาจำเป็นต้องรีบใช้รถ"

เนื้อหาการอบรม

Time	Detail (Course)
14:30 - 15:30	Framework การตอบข้อโต้แย้งแบบ A-C-V-C: A(Acknowledge):รับฟังด้วยความเข้าใจ ไม่โต้เถียงหรือขัดแย้งกับลูกค้า • C(Clarify):ตั้งคำถามเจาะลึกเพื่อหาสาเหตุที่แท้จริงว่าลูกค้าติดปัญหาเรื่องใด • V(Value):ดึงความสนใจของลูกค้ากลับมาที่ความคุ้มค่าและคุณค่าของตัวรถ • C(Close):นำเสนอทางเลือกใหม่หรือกำหนด Next Step ในการขาย • Workshop 4: Objection Handling Role Play o จับคู่ทำบทบาทสมมติ(คนหนึ่งเป็นลูกค้าคนหนึ่งเป็นSales) โดยวิทยากรจะให้ Feedback ตามเกณฑ์ 3 ด้าน คือ: (1) Sales ฟังลูกค้าจริงหรือไม่ (2) Sales สามารถดึงบทสนทนากลับมาที่ Value ได้ไหม (3) Sales มีขั้นตอนการปิดการขาย (Closing Step) ที่ชัดเจนหรือไม่ • Learning Outcome: ผู้เข้าอบรมรับมือข้อโต้แย้งได้โดยไม่ซึ่งลดราคาในทันที และสามารถเปลี่ยนความกังวลของลูกค้าให้เป็นโอกาสในการปิดการขายได้

เนื้อหาการอบรม

Time	Detail (Course)
15:30 - 16:30	เทคนิคการปิดการขาย และ Follow-up จนลูกค้าตัดสินใจ พัฒนาจากหลักสูตรเดิมที่มีหัวข้อการตัดสินใจซื้อ-ขาย การปิดดีล และสรุปกระบวนการแบบ End-to-End โดยหลักสูตรใหม่นี้จะเจาะลึกเทคนิคการปิดการขายในสถานการณ์จริง o 5 เทคนิคการปิดการขายที่เลือกใช้ได้ตามสถานการณ์: 1. Trial Close (การลองปิดการขาย): “ถ้าช่วงนี้อยู่ในงบประมาณที่ลูกค้าตั้งไว้ คำนี้น่าจะใกล้เคียงกับรถที่กำลังมองหาอยู่เลยไหมครับ?” 2. Alternative Close (การปิดด้วยทางเลือก): “ลูกค้าสะดวกวางเงินจองวันนี้เพื่อเริ่มดำเนินการเรื่องไฟแนนซ์เลยหรืออยากให้ผมช่วยเช็ควอผ่านเปรียบเทียบเป็น 2 ทางเลือกให้ดูก่อนดีครับ?” 3. Assumptive Close (การทักท้วงเพื่อช่วยตัดสินใจ): “หากเอกสารวงลูกค้าพร้อมแล้ว ผมขออนุญาตช่วยประสานงานเช็กเครดิตและไฟแนนซ์เบื้องต้นให้ก่อนได้เลยนะครับ” 4. Urgency Close (การเร่งการตัดสินใจ): ใช้เมื่อเป็นเรื่องจริงเท่านั้น เช่น มีลูกค้าอีกรายกำลังสนใจ หรือโปรโมชั่นกำลังจะหมดอายุ ห้ามสร้างสถานการณ์กดดันปลอมเด็ดขาด เพราะจะทำลายความน่าเชื่อถือ 5. Summary Close (การปิดด้วยการสรุป): สรุป Value + ความเหมาะสม + Next Step “สรุปว่ารถคันนี้ตรงความต้องการลูกค้า 3 ด้านหลักนะครับ คือ ขวดผ่านใกล้เคียงงบ รถสภาพพร้อมใช้ และประวัติเช็กได้ชัดเจน ขั้นตอนต่อไปผมแนะนำให้ลองยื่นเอกสารตรวจไฟแนนซ์ดูก่อนได้ครับ โดยที่ยังไม่จำเป็นต้องรับรถทันที”

เนื้อหาการอบรม

Time	Detail (Course)
15:30 - 16:30	o ระบบการติดตามผลอย่างมีประสิทธิภาพ (Follow-up System): • ติดตามผลครั้งแรกภายใน 2 ชั่วโมง หลังจากลูกค้าเดินทางออกจากโซว์รูม • ติดตามผลในวันถัดไปด้วยการนำเสนอข้อมูลใหม่ๆ (ไม่ใช่การโทรไปตามซ้ำๆ คำเดิม) เช่น การส่งสรุปข้อดี/Value ของรถเป็นข้อความ, ส่งตารางผ่อน/ทางเลือกเงินดาวน์ หรือรายการเอกสารที่ต้องใช้ • หากลูกค้าเริ่มเจียบหาย ให้ติดตามด้วยเหตุผลหรือข้อมูลอัปเดต เช่น "ผมลองคำนวณค่าผ่อนทางเลือกใหม่มาให้ครับ" หรือ "มีข้อมูลประวัติรถเพิ่มเติมมาแจ้งครับ" หรือ "พอดีมีลูกค้าอีกท่านถามมาสนใจคันนี้ ผมเลยอยากโทรมาแจ้งสิทธิ์ให้ทราบก่อนครับ" Workshop 5: Follow-up Plan o ฝึกเขียนแผนการ Follow-up สำหรับเคสลูกค้าที่พูดว่า "งอกลับไปคิดดูก่อน" โดยต้องระบุให้ครบ 3 Touchpoints คือ: (1) ข้อความที่ส่งหลังลูกค้ากลับ (2) แนวทางการโทรศัพท์ในวันรุ่งขึ้น (3) ข้อเสนอพิเศษเพื่อปิดการตัดสินใจ • Learning Outcome: ผู้เข้าอบรมสามารถวางแผนและติดตามลูกค้าได้อย่างเป็นระบบซึ่งช่วยเพิ่มโอกาสในการปิดดีลหลังจากที่ลูกค้าเดินทางออกจากโซว์รูมไปแล้ว



ผู้เข้ารับการฝึกอบรม

- ทีม Sales / Relationship Manager / Business Development
- พนักงานขายที่ดูแลลูกค้าองค์กร (B2B)
- ผู้ที่มีหน้าที่เปิดตลาด หาลูกค้าใหม่ และปิดการขาย

ระยะเวลาในการอบรม

ระยะเวลาการฝึกอบรม 1 วัน

แนวทางที่ใช้ในการอบรม

ทฤษฎี 30: ปฏิบัติ 70

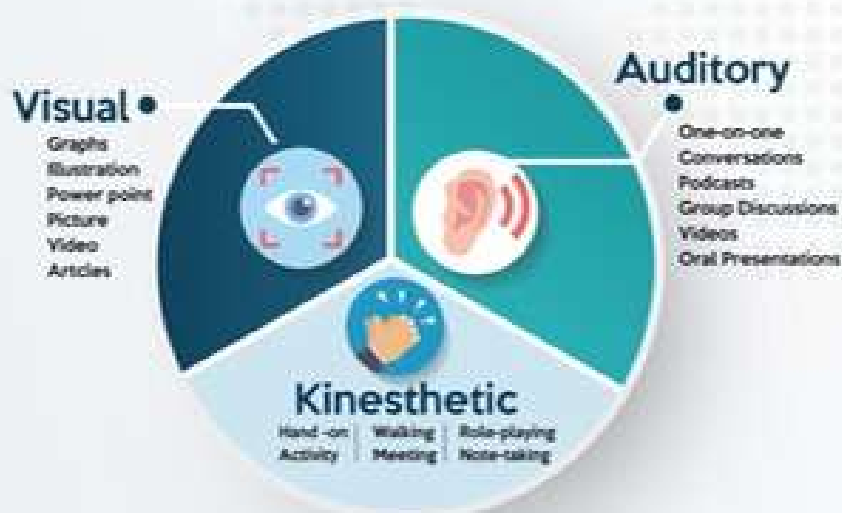
บรรยาย: ถ่ายทอดความรู้ให้ผู้เข้าอบรม
ผู้เข้าอบรมได้เข้าไป “มีส่วนร่วม”
กิจกรรมกลุ่มระดับความคิด: เพื่อเห็น “ภาพที่ชัดเจน” มากยิ่งขึ้น
ตัวอย่าง/กรณีศึกษาประกอบ: วิเคราะห์เพื่อเข้าใจให้เชิงลึกเพื่อการ
การเสวนาตีความ: ประยุกต์ใช้

- การสัมมนาใช้รูปแบบการเรียนรู้แบบผู้ใหญ่ (Adult Learning) ด้วยวิธีการบรรยายควบคู่กับการปฏิบัติ เน้นการบรรยายแบบให้ผู้เข้าสัมมนาเป็นศูนย์กลางการอบรมการตั้งประเด็นคำถามเพื่อให้ผู้เรียนได้ใช้ความคิด แลกเปลี่ยนประสบการณ์ มีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นและนำเสนอ เพื่อให้เกิดความเข้าใจเนื้อหาอย่างแท้จริง และสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้ทันที
- เนื้อหาของโปรแกรมมีทั้งการบรรยายให้ความรู้, การฝึกปฏิบัติการ (Work Shop), กรณีศึกษาและสถานการณ์จำลอง (Case Study and Simulation) และ การนำเสนอ (Present) ทำให้การเรียนรู้ เกิดเข้าใจด้วยตัวเองอย่างแท้จริง

KCT ACADEMY LEARNING STYLES



Learning pyramid



Learning styles



- การสัมมนาใช้รูปแบบการเรียนรู้แบบผู้ใหญ่ (Adult Learning) ด้วยวิธีการบรรยายควบคู่กับการปฏิบัติ เน้นการบรรยายแบบให้ผู้เข้าสัมมนาเป็นศูนย์กลางการอบรมการตั้งประเด็นคำถามเพื่อให้ผู้เรียนได้ใช้ความคิด แลกเปลี่ยนประสบการณ์มีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นและนำเสนอ เพื่อให้เกิดความเข้าใจเนื้อหาอย่างแท้จริง และ สามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้ทันที
- เนื้อหาของโปรแกรมมีทั้งการบรรยายให้ความรู้ พร้อม VDO ประกอบการบรรยาย, กิจกรรมกลุ่มการระดมความคิด (Brainstorming) , การฝึกปฏิบัติการ (Work Shop), กรณีศึกษาและสถานการณ์จำลอง (Case Study and Simulation) และ การนำเสนอ (Present) ทำให้การเรียนรู้ เกิดความสนุกสนาน และสามารถเข้าใจด้วยตัวเองอย่างแท้จริง



KCT ACADEMY

“Our vision is to deliver quality, innovative HR programs & training courses that inspire people to reach their full potential for success”



KNOWLEDGE CASTLE TRAINING CO.,LTD. (HEAD OFFICE)
บริษัท โนว์เลดจ์ คาสเชิล เทรนนิ่ง จำกัด (สำนักงานใหญ่)

16 ซอยพระรามเก้า43 (ซอย 1 เสรี 4) แขวงสวนหลวง
เขตสวนหลวง กรุงเทพมหานคร 10250



02-003-2125
085-939-1593



kcta.training@gmail.com
nartiya@kctathailand.com



<https://kctathailand.com>

