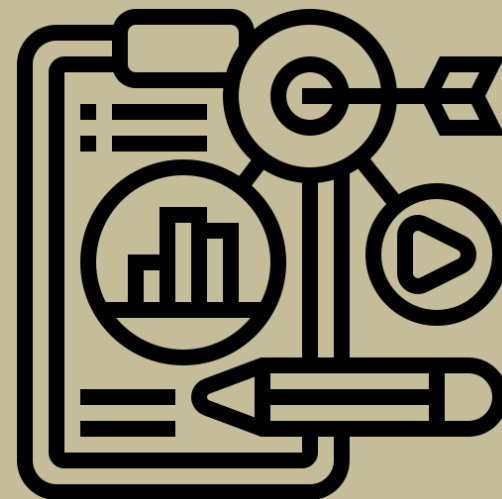


AIM1202

Icons made by almateteam



หลักการสื่อสารการตลาด Marketing Communication

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประกายภาวิลา ศรีจินตา

การใช้

พนักงานขาย

Personal Selling

ความหมายของการขายโดยบุคคล

- การขายที่ผู้ขายติดต่อเผชิญหน้ากันกับผู้ซื้อที่มุ่งหวังหนึ่งคน หรือมากกว่า โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อเสนอขายผลิตภัณฑ์หรือบริการเพื่อตอบข้อซักถาม และเพื่อให้ได้รับใบสั่งซื้อ ซึ่งกระบวนการแบบนี้เรียกว่า “การติดต่อสื่อสารสองทาง” (two – way communication) แต่การขายโดยบุคคล เป็นเครื่องมือสื่อสารที่แพงมากที่สุดในบรรดาเครื่องมือทั้งหมดในส่วนประสมการสื่อสารการตลาด





งานในหน้าที่ของการขายโดยบุคคล

ลักษณะการขาย

การขายภาคสนาม

(field selling)

การขายเป็นทีม

(team selling)

การขายปลีกหน้าร้าน

(over – the counter selling)

การตลาดโดยใช้โทรศัพท์

(telemarketing)

outbound marketing

inbound marketing

งาน
สร้างสรรค์
การขาย



งาน
ดำเนินการ
เกี่ยวกับการ
สั่งซื้อ

- ระบุความต้องการของลูกค้า
- แจ้งความต้องการให้ลูกค้าทราบ
- กรอกรายการในใบสั่งซื้อ

งานส่งเสริมค่า
ความนิยมของ
บริษัทและ
ช่วยเหลือลูกค้า



งานในหน้าที่
การขาย

กระบวนการขายโดยบุคคล

Personal Selling Process

การแสวงหาลูกค้าและพิจารณาคุณสมบัติ

การเตรียมตัวก่อนเข้าพบ

การเข้าพบ

การเสนอขายและการสาธิต

การพิชิตข้อโต้แย้ง

การปิดการขาย

การติดตามผลและการธำรงรักษาความสัมพันธ์



ข้อดี – ข้อเสีย ของการขายโดยบุคคล



ข้อดี

สามารถมีปฏิริยาโต้ตอบกันได้สองทาง

สามารถดึงความสนใจของผู้ฟังได้ดี

สามารถปรับปรุงเปลี่ยนแปลงข่าวสารได้

สามารถมีส่วนร่วมในกระบวนการตัดสินใจซื้อ

ข่าวสารไม่คงเส้นคงวา

ความขัดแย้งระหว่างหน่วยงานขาย
กับฝ่ายบริหาร

ค่าใช้จ่ายสูง

การเข้าถึงต่ำ

ปัญหาด้านจรรยาบรรณอาจเกิดขึ้นได้ง่าย

ข้อเสีย

การขายโดยบุคคลร่วมกับ
การโฆษณา

การขายโดยบุคคลร่วมกับ
การประชาสัมพันธ์

การใช้ร่วมกับ
เครื่องมืออื่นๆ

การขายโดยบุคคลร่วมกับ
การตลาดทางตรง

การขายโดยบุคคลร่วมกับการ
ส่งเสริมการขาย

การสื่อสาร

ณ จุดซื้อ

Point of Purchase

POP

การสื่อสารการตลาด



point of purchase



Concept shop

การจัดตกแต่งร้านค้าหรือสถานที่จำหน่ายให้มีเอกลักษณ์เฉพาะ เพื่อให้เกิดบรรยากาศในการกระตุ้นความน่าสนใจของผู้บริโภค โดยอาจจะจัดในลักษณะตามเทศกาล หรือจะจัดตามแนวคิดของร้านค้าแต่ละร้านตามอิสระก็ได้



Demonstration

จัดให้มีการสาธิตการใช้สินค้า เพื่อให้ผู้บริโภคได้เห็นถึงขั้นตอนต่างๆ อันเป็นการกระตุ้นการรับรู้ถึงอรรถประโยชน์ของการใช้สินค้า และพฤติกรรมการณ์การซื้อได้ทางหนึ่ง



Uniform

ใช้การแต่งกายของพนักงานในร้านในการสื่อสารถึงตราสินค้า โดยอาจมีการใช้ตราสินค้าติดไปบนเครื่องแต่งกายหรือการใช้เครื่องแต่งกายที่มีเอกลักษณ์เฉพาะ เพื่อเป็นการสร้างการจดจำกับผู้บริโภคให้ระลึกถึงตราสินค้า



Table tents

สิ่งที่ใช้วางบนชั้นวางของหรือบนโต๊ะ: ที่มีข้อความเชิญชวนให้ซื้อสินค้า



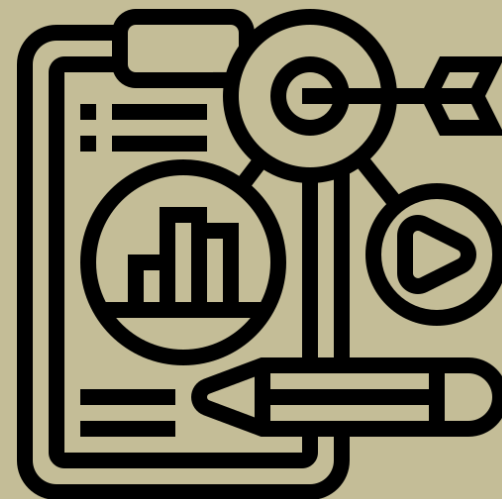
Suvinior

การสื่อสารการตลาด



AIM1202

Icons made by almateteam



หลักการสื่อสารการตลาด Marketing Communication

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประกายภาวิลา ศรีจินตา