

E-BOOK

“กับดักสินค้าน้ำกะ(แฉ)แส”



เขียนโดย

Nut Mr. Freedom

(นั้ฐด นั้ย บุณมี)

คำเตือน

e-book เล่มนี้ ไม่เหมาะสำหรับคนที่ตัดสินใจซื้อจากหน้าปก
หรือ คนที่ตัดสินใจซื้อจากจำนวนหน้าโดยไม่สนใจเลยว่า
เนื้อหาข้างในมันเป็นอย่างไร

e-book เล่มนี้นะครับ ผมจัดทำขึ้นเพื่อให้แม่ค้าออนไลน์
ที่มีความตั้งใจที่จะประสบความสำเร็จในธุรกิจออนไลน์ได้อ่าน
เพื่อเป็นทางเลือกนะครับ เพื่อให้หลุดออกจากกับดักของสินค้ากระแสที่
คอยบ่อนทำลายธุรกิจออนไลน์ให้สูญพังลงในทุก ๆ วัน ขอให้ทุกท่านตั้ง
สติก่อนอ่าน และ อย่าคิดว่าอ่านเพียงรอบเดียวแล้วท่านจะเข้าใจ และ
ความรู้ใน e-book เล่มนี้ผมหวงมาก ผมถึงตั้งราคาของมันไว้ค่อนข้างสูง
เพราะผมไม่ได้ต้องการให้ใครก็ได้รับรู้ข้อมูลในส่วนนี้ เพราะฉะนั้น
เมื่อรู้แล้วผมแนะนำว่าอย่าเพิ่ง ไปแบ่งปันหรือบอกใคร เก็บไว้ใช้เองนะ
ครับ แล้วก็สร้างผลลัพธ์ให้เกิดขึ้นกับตัวเองเงียบ ๆ ก่อนที่จะไปเข้าสู่
เนื้อหาในบทที่ 1 นะครับ ผมก็ขอให้ทุกท่านตั้งใจ แล้วก็ศึกษามันอย่าง
จริงจังนะครับ ขอให้ทุกท่านประสบความสำเร็จในธุรกิจออนไลน์

ผม นัท Mr.Freedom ผู้เขียน

E-book เล่มนี้เป็นลิขสิทธิ์ของ Nut Mr.Freedom

ห้ามดัดแปลง แก้ไข ทำซ้ำ
หรือนำไปใช้ในเชิงพาณิชย์

เพราะนอกจากผมจะมีเพื่อนเป็น
ทนายระดับ Top10 ของประเทศ

ผมยังจะขอสาปแช่งให้คนที่ละเมิดลิขสิทธิ์
จงหนีบหายวอด
ค้าขายอะไรก็เจ๊งๆ ตลอดไป...

บทที่ 1

รู้จักสินค้ากระแสอย่างละเอียด

ถ้าถามว่าสินค้ากระแสคืออะไร ผมได้ให้ความหมายตามความเข้าใจ
ของผมเองไว้ว่า สินค้ากระแส คือ “สินค้าที่ถูกผลิตออกมา และ มีวงจร
ชีวิตสั้น ๆ และหลังจาก 2-3 เดือน ชื่อเสียงของสินค้าก็จะถดถอยลง”

และหลังจากหมดกระแส เจ้าของแบรนด์ก็จะผลิตสินค้ากระแสตัวใหม่
ขึ้นมา และปล่อยตัวเก่าให้ค่อย ๆ เลือนหายไป

แล้วถ้าถามผมว่าสินค้ากระแสแย่อย่างไร?

ต้องบอกตามตรงว่ามันแย่มาก ๆ ครับ เพราะว่า มันทำลายธุรกิจ
ออนไลน์ให้ถดถอย ให้แยลงเรื่อย ๆ ทำให้คนที่มีความตั้งใจหลาย ๆ คน
ที่ลงทุน ตั้งแต่หลักร้อย จนถึงหลักหมื่น หลักแสน
ต้องพังพินาศ และขาดทุนย่อยยับลง

ด้วยความเห็นแก่ตัวของเจ้าของแบรนด์บางท่าน (บางท่านนะครับ)
ซึ่งมันเป็นสินค้าที่ฉาบฉวย ไม่ยั่งยืน และอัตราการซื้อซ้ำน้อยมาก ๆ
ซึ่งสำหรับผมแล้ว การที่อัตราการซื้อซ้ำไม่มา ลูกค้าน่าจะไม่

และเมื่อไม่มีลูกค้าเก่า ธุรกิจก็จะไปได้ไม่นาน
คือถ้าจะให้ผมให้คะแนนความแย่ของสินค้ากระแสนะ
คะแนนความแย่เต็ม 10 ผมให้ 100 เลยครับ

บทที่ 2

5 กับดักสินค้ากระแส

ในบทที่แล้ว เราได้รู้แล้วว่าสินค้ากระแสคืออะไร
แล้วความเลวร้ายของมันมากน้อยแค่ไหน
ในบทนี้เราจะมาคุยกันว่า 5 กับดักของสินค้ากระแส
ที่คุณต้องระวังมาก ๆ มีอะไรบ้าง

2.1 กับดักราคา

แน่นอนครับ สินค้ากระแสเป็นสินค้าที่เกิดขึ้นมาเพื่อสร้างกระแส
แค่เพียงชั่วครู่ชั่วคราว แวบ ๆ วับ ๆ แล้วก็ดับไป
เพราะฉะนั้น ถ้าราคาสูงของก็จะปล่อยยาก
เจ้าของแบรนด์จึงมักจะตั้งราคาให้ต่ำ ๆ
คุณภาพสินค้าก็จะต่ำ ๆ จะเน้นไปที่ตัว Packaging ที่ดูหรูหราสวยงาม
หรือจะบอกว่า “สวยแต่รูปดูไม่หอม” ก็คงจะไม่ผิด

ถ้าคุณรู้สึกว่าสินค้านั้นราคาต่ำเกินไป เช่น ถ้าคุณสำรวจตลาดแล้วว่า
ราคากลาง ๆ ของสินค้านี้อยู่ที่ 200 บาท

แต่มีเจ้าของแบรนด์ผลิตออกมาและขายในราคา 39 บาท

อันนี้ให้คุณมั่นใจได้เลยว่า นี่แหละครับ

คือ กับดักของราคาสินค้ากระแสนั่นเอง

2.2 กับดักการตลาด

อย่างที่บอกไปครับ สินค้ากระแสจะไม่เน้นที่คุณภาพของสินค้า ถ้าเป็นครีม ก็จะใช้วัตถุดิบที่ไม่ได้คุณภาพสักเท่าไร แต่จะเอาเงินไปทุ่มทุนกับการตลาด เช่น ป้าย Billboard ทั่วกรุงเทพฯ

ป้ายโฆษณาที่สถานีรถไฟฟ้า โฆษณาทางโทรทัศน์ คือจะเน้นไปที่การตลาดเพื่อสร้างภาพลักษณ์ให้ตัวสินค้าดูดี ดูเป็นมืออาชีพ เพื่อล่อลวงให้เหยื่อมาติดกับดัก แล้วยอมควักตังค์ลงทุนกับเขาในที่สุด

บางแบรนด์ยอมลงทุนการตลาดด้วยงบมหาศาล เพื่อที่จะดึงดูดความสนใจให้ตัวแทน ให้ลูกค้าโฟกัสที่การตลาดที่เขาทำ มากกว่าตัวสินค้า เพราะฉะนั้นถ้าไม่ยากติดกับดักตรงนี้ ให้คุณโฟกัสที่คุณภาพสินค้าเป็นหลักครับ

2.3 กับดักความร่ำรวย

แน่นอน เจ้าของแบรนด์เหล่านี้ เขารวยอยู่แล้ว ซึ่งผมเองคงไม่กล้าทายว่า เขารวยได้อย่างไร หรือแม้กระทั่งแม่ทีมบางท่าน ก็มีเงินเดือนที่มากอยู่แล้ว หรือมีธุรกิจอย่างอื่นที่ทำกำไรให้เขามากมายอยู่แล้ว แต่เท่าที่เห็น ทุกคนจะโปรโมทว่ารายได้ที่มีเข้ามาทั้งหมดนี้ มาจากการขายออนไลน์ มาจากการขายสินค้าตัวนี้ เพื่อดึงดูดให้คนที่อยากรวย ซึ่งแน่นอน ทุกคนอยากรวย ให้เขามาร่วมทีมกับเขา

ซึ่งถ้าใครเคยเห็นแบบนี้แล้วคิดว่าจะรวยแบบแม่ทีมคนนั้นหรือเจ้าของแบรนด์คนนั้น ๆ ผมมองแบบนี้ครับว่า ให้คุณไปค้นคว้าดี ๆ ศึกษาดี ๆ ว่าเขารวยด้วยการขายสินค้าตัวนี้จริงหรือไม่ เขารวยด้วยการขายส่ง หรือขายปลีก ส่วนตัวแล้วเขามีธุรกิจอะไรบ้าง?

แล้วเขามีวิธีอย่างไรบ้างที่จะทำให้รวยอย่างเขาได้แน่นอนวิธีที่ดีไม่ใช่ให้คุณโพสต์เยอะ โพสต์ทั้งวันทั้งวันแน่นอนครับ

2.4 กับดักบอส

เหตุผลสำคัญที่หลาย ๆ คน ยอมลงทุนขายสินค้ากับแบรนคั่นนั้นๆ
เพราะด้วยความที่มีคารามาเป็นบอส หรือ เป็นพรีเซนเตอร์
ซึ่งผมเองก็ยังแยก 2 อันนี้ไม่ค่อยออกนะครับ 555

ก็ต้องดูกันให้ดี ๆ ครับว่า บอสเขาขายของเป็นไหม เขาเคยมี
ประสบการณ์ในการค้ามาก่อนหรือเปล่า
เพราะอย่าลืมนะครับ ถ้าลูกค้าของเราเลือกที่จะซื้อผลิตภัณฑ์จากเรา
เพราะมีบอสเป็นคาราที่เขาชื่นชอบ
แสดงว่าเขาไม่ได้สนใจในตัวสินค้าของเราตั้งแต่แรก

แล้วถ้าวันหนึ่งกระแสดาราคนนั้นดับไป หรือดาราคคนนั้นเกิดกระแส
ในด้านลบ ๆ ลูกค้าก็จะเกิดความคิดลบ ๆ กับสินค้าของเราอย่างแน่นอน
เพราะฉะนั้นตัวคุณเองไม่ควรโฟกัสกับพรีเซนเตอร์ หรือบอสที่เป็น
คารา ผมขำอีกรอบว่าคุณควรโฟกัสที่คุณภาพสินค้าครับ

2.5 กับดัก B 2 B

B to B หมายถึง Business to Business นะครับ หรือเรียกง่าย ๆ ว่า
การขายส่งนั่นเอง ถ้าเป็นธุรกิจออนไลน์คือขายให้ตัวแทน ซึ่งผมมองว่า
บางครั้งตัวแทนเยอะเกินไปก็ไม่ได้ดี เพราะว่าธุรกิจไหนที่คนขายมากกว่า
คนซื้อ หรือ สินค้ามากกว่าความต้องการ มันก็ขายไม่ได้อยู่แล้วครับ

สินค้าทุกตัวไม่ใช่จะขายให้คนทุกคนได้ ไม่ใช่ว่าผลิตออกมาแล้ว
สามารถขายให้คน 60 กว่าล้านคน ได้ซะที่ไหน

กลุ่มเป้าหมายของเราก็จะมีตั้งแต่หลักพัน หลักหมื่น หลักแสน ถึง หลัก
ล้าน (หรืออาจจะมากกว่านั้น) แต่ถ้าตัวแทนของเราเยอะเกินไป สินค้า
ของเราผลิตออกมามากเกินไป แน่นจนครับ
มันต้องเจ๊งไม่เป็นท่าอย่างแน่นอน

เพราะฉะนั้นถ้าคุณกำลังขายของอะไรอยู่ อย่ามัวแต่หาลูกทีม โอเค?
ใช้อยู่ว่าการหาลูกทีม การสร้างทีมมันทำให้คุณเติบโต
แต่วันแรกที่คุณขาย คุณอย่าพึ่งโลกที่จะเติบโตขนาดนั้น
คุณขายปลีกให้ได้เสียก่อน ถ้าคุณขายปลีกได้
คุณก็จะสอนลูกทีมของคุณให้ขายปลีกได้
สินค้าก็จะไปถึงมือผู้บริโภคตัวจริง

แต่ถ้าคุณมัวแต่หาลูกทีม และสอนลูกทีมของคุณให้หาลูกทีมต่อ ๆ ๆ
สุดท้ายตัวแทนก็จะล้มตลาด อย่างที่บอกไปครับ ถ้าสินค้ามากกว่าความ
ต้องการที่มี รับรองเลยว่าเจ๊งแน่นอน 1,000%

บทที่ 3 การเลือกสินค้าไม่ให้ติดกับ

เมื่อเรารู้แล้วว่ากับดักทั้ง 5 มีอะไรบ้าง
ในบทนี้มาเรียนรู้วิธีการเลือกสินค้าไม่ให้ติดกับกันครับ

3.1 คว้าตลาดมีความต้องการไหม?

ผมคิดว่าการขายออนไลน์มันไม่ได้สบายจ๋า เหมือนที่เจ้าของแบรนด์บางคนอวย มันต้องลงทุน ลงแรง ไม่ได้ต่างอะไรจากธุรกิจออฟไลน์เลย
อย่างน้อยคุณก็ต้องค้นหาข้อมูล คุณต้องมุ่งมั่นมากพอ
ที่จะค้นหาว่าตลาดมีความต้องการไหม

ถ้าถามว่าแล้วจะไปค้นหาที่ไหน ช่องทางง่าย ๆ ที่สามารถค้นหาความต้องการของลูกค้าได้ก็จะเป็น google , พันทิป หรือถ้าง่ายกว่านั้นเลยก็คือ ถามคนรอบข้าง สมมติคุณต้องการจะขายคุกกี้ คุณลองถามเพื่อนของคุณซิว่า เพื่อนของคุณรู้จักคุกกี้ไหม? แล้วอยากได้ไหม?

ถามคนรอบข้าง ถามเพื่อน ๆ ถามญาติพี่น้อง ถามเพื่อนใน Facebook ก็ได้ คือหาข้อมูลจนกว่าคุณจะมั่นใจว่าตลาดมีความต้องการ
คุณค่อยลงทุน ซึ่งผมแนะนำให้ลงทุนจากน้อย ๆ ก่อน
เริ่มต้นจากการซื้อมาชิ้นเดียวแล้วลองใช้กับตัวเองก่อนยิ่งดีครับ

3.2 คว่าลั่นตลาดหรือยัง?

ในข้อที่ 3.1 เราคว่าตลาดมีความต้องการไหม? ถ้าสมมติว่าคุณรู้แล้วว่า
ตลาดมีความต้องการจริง ๆ ทีนี้เรามาคว่ามันลั่นตลาดหรือยัง?

สมมติว่าคุณคิดไว้ว่าจะเอาคุชชั่น xyz มาขาย
แต่คุณมองไปทางไหน ก็เจอแต่คุชชั่นเต็มไปหมด
มองไปทางไหนก็เจอแต่โฆษณาคุชชั่น

เพื่อน 10-20 คน ใช้คุชชั่นแบรนด์ไม่ซ้ำกันเลย 10-20 แบรนด์
แบบนี้สันนิษฐานได้เลยครับว่าลั่นตลาดแล้ว

แน่นอนว่าอะไรที่ลั่นเกินไปมันก็ไม่ดี เพราะฉะนั้นถ้าเรารู้แล้วว่า
มันเยอะแยะเต็มไปหมด และ คู่แข่งเยอะ ลั่นตลาดแล้ว
เราไม่มีความจำเป็นต้องไปลงทุนในสินค้านั้นครับ

3.3 ทดสอบคุณภาพด้วยตัวเอง

เหมือนที่ผมบอกไปครับ ลองซื้อมาใช้สักชิ้นหนึ่งก่อน
แล้ววัดผลว่ามันคุณภาพดีแค่ไหน ผมขำมาก ๆ นะครับ
และจะขำจนกว่าจะจบ e-book เล่มนี้เลยว่า
คุณต้องโฟกัสที่คุณภาพสินค้ามากกว่าภาพลักษณ์ของสินค้า
ซึ่งวิธีเดียวที่คุณจะรู้จริง รู้ลึกถึงคุณภาพของสินค้าได้
ก็คือการทดสอบด้วยตัวคุณเอง

มีแม่ค้าออนไลน์อีกหลายท่านที่ผมรู้จักไม่เคยใช้สินค้าของตัวเองเลย
ให้ลูกค้าเป็นหนูทดลอง แบบนี้ผมถือว่าผิดนะครับ

คุณต้องทดลองกับตัวเอง เมื่อทดลองกับตัวคุณเอง
และเจอสินค้าที่มันดีจริง คุณก็จะได้รู้ว่าข้อดีของมันคืออะไร
ประโยชน์ของมันคืออะไร แล้วคุณก็จะสามารถบอกกับลูกค้า
ได้อย่างเต็มปากเต็มคำว่าคุณดีจริง

และแน่นอนเมื่อคุณสามารถบอกกับลูกค้าได้ด้วยความมั่นใจ ยอคขาย
มันไม่ไปไหนหรอกครับ อย่าลืมนะครับ
จงทดสอบด้วยตัวคุณเองเท่านั้น

บทที่ 4

เทคนิคการตลาด และ การขาย 14 ข้อ (สำหรับแม่ค้าออนไลน์)

เดินทางมาถึงสาระที่แท้จริงของ E-book เล่มนี้
แน่นอนผมไม่ได้ทำมันขึ้นมาเพื่อเปิดโปงสินค้ากระแส
หรือแฉเจ้าของแบรนด์ที่เห็นแก่ตัวเพียงอย่างเดียว

แต่ผมทำขึ้นเพื่อเป็นทางเลือกให้กับแม่ค้าออนไลน์
ที่ตั้งใจจริง อยากมีผลลัพธ์จริง ๆ

ผมจึงได้แบ่งปันเทคนิคการตลาดที่สุดแสนจะเรียบง่าย
แต่ผ่านการทดสอบมาแล้วว่าได้ผลจริง
และทุกคนรวมทั้งคุณทำตามได้แน่นอนครับ

พร้อมหรือยังครับ...

ถ้าพร้อมแล้วเชิญชมเทคนิคทั้ง 14 ข้อได้เลยครับ

4.1 สิ้นค้ำมันไม่มีขา เดินไปหาลูกค้ำเองไม่ได้

คือต่อให้คุณมีสินค้ำที่ดีแค่ไหน

หรือต่อให้คุณหลุดจากกับดักสินค้ำกระแสนี้แล้วก็ตาม

แต่ถ้าขาดการขายและการตลาดไป สินค้ำของคุณก็ไม่สามารถบรรลุ

ตัวเองลงในกล่อง ซิลด้วยเทปใส เดินทางไปเคอรี่

แล้วหายตัวไปนอนเล่นอยู่ในห้องนอนของลูกค้ำได้ครับ

เพราะฉะนั้นสิ่งที่คุณต้องทำความเข้าใจอย่าละเอียดยะครับ

ก็คือ การขาย และการตลาดนั่นเอง

4.2 การตลาดไม่ใช่การแสดง มันเรียบง่ายกว่านั้นเยอะ

หลาย ๆ ครั้งที่ผมเห็น ผู้คนมากมายทุ่มทุนทุ่มเทไปกับการทำ Viral clip

บางคนก็ทำคลิปเน้นไปในทางความบันเทิงมากกว่าการขาย

โดยไม่ได้คำนึงว่าการนำเสนอด้วยรูปแบบของความบันเทิง

มากจนเกินไป มันก็เป็นการบ่งบอกลูกค้ำของคุณ

ว่าคุณไม่ได้จริงจังกับการขาย

คุณต้องการมอบความบันเทิง เพราะฉะนั้นอยากให้เข้าใจตรงนี้นะครับ

ว่า การตลาดไม่ใช่การแสดง ไม่ใช่ความบันเทิง ไม่ใช่ความเฮฮา

หรือความตลกขบขัน การตลาดและการขายมันคือการที่คุณบอกลูกค้ำ

ตามตรงว่าสินค้ำของคุณมันคืออะไร? มันมีประโยชน์อย่างไร?

มันช่วยแก้ปัญหาอะไรให้เขาได้บ้าง?
ร้อยทั้งร้อยของแคมเปญโฆษณาที่สื่อสารออกมาได้เฮฮา
หรือ ขำกึ่ง มักจะได้เสียงหัวเราะมากกว่ายอดขายเสมอครับ

4.3 การตลาดและการขายคือเรื่องเดียวกัน

นานมาแล้วครับ ตั้งแต่ก่อนผมจะขายของชิ้นแรกได้ซะอีก นักการตลาด
และการขายถกเถียงกันอย่างหนักหน่วงมากครับว่า ระหว่างการตลาด
และ การขายอะไรดีกว่ากัน?

ซึ่งผมเองก็เคยสงสัยเช่นกัน จนวันหนึ่งความสงสัยนั้นถูกแทนที่ด้วย
ความเข้าใจ เนื่องจากผมได้รับชุดความรู้จากหนังสือโบราณเล่มหนึ่ง
หนังสือชื่อว่า Scientific Advertising เขียนโดย Claude C. Hopkins
แปลไทยโดย อาจารย์เจษฎา วีระบุญชัย

ซึ่งเขาให้นิยามเกี่ยวกับการขาย และการตลาดไว้ ได้น่าสนใจมากๆ
ทำให้ผมได้เข้าใจอย่างถ่องแท้เลยว่าจริง ๆ แล้ว นักการตลาด
และนักขายไม่ต้องเสียเวลาถกเถียงกันหรอกครับว่า
การขายกับการตลาดอะไรดีกว่ากัน
เพราะว่า จริง ๆ แล้วมันคือเรื่องเดียวกัน

การขาย คือ การนำเสนอสินค้าและบริการให้ลูกค้าเป้าหมาย

จำนวนน้อย ๆ เช่น 1 คน 2 คน 3 คน หรือ 10 คน

ส่วนการตลาด ก็คือการนำเสนอสินค้าและบริการ ให้กับลูกค้าจำนวน

มาก ๆ สรุปมันก็คือการขายแบบ 1 ต่อ 1 , 1 ต่อ 2 , 1 ต่อ 10

กับการขายแบบ 1 ต่อ 10,000 , 1 ต่อ 100,000 นั่นเอง

สรุปแล้วการตลาดมันก็คือการขายนั่นแหละครับ

แต่อันหนึ่งเป็นการขายให้คนจำนวนน้อยๆ

ส่วนอีกอันหนึ่งเป็นการขายแบบยกกำลัง

เพราะฉะนั้นคุณขายของให้คน 1 คนอย่างไร คุณก็ต้องขายของให้กับคน

1,000 คน 10,000 คนแบบนั้น ผมเห็นหลาย ๆ คนพลาดมาก ๆ

คือในตอนที่ยขายของแบบ 1 ต่อ 1

เขาพูดกับลูกค้าแบบนี้ ปิดการขายแบบนี้

แต่เมื่อเขาต้องขายของให้คน 10,000 คน เขากลับมัวแต่เล่นมายากล

มัวแต่ทำการแสดง มัวแต่สร้างความเฮฮา ทั้ง ๆ ที่รู้ที่อยู่แะใจว่าสิ่งนั้น

มันไม่ได้ทำให้เขาขายได้เลยแม้แต่หน่วยเดียว...

4.4 อย่าทำการตลาดเหมือนแบรนด์ใหญ่

ที่คุณเห็นแบรนด์ใหญ่ออกมาทำการตลาดอย่างหวือหวา
เขาลงทุนการตลาดเป็นหลักล้าน ๆ เขาจ้างเน็ตไอดอล จ้างซูเปอร์
ถามว่าคุณจำเป็นต้องทำอย่างเขาไหม? ผมขอตอบเลยว่า ไม่จำเป็น

แบรนด์ใหญ่เขามีงบการตลาดไม่จำกัด เขาไม่ได้ทำเอาใจลูกค้าด้วยซ้ำ
เขาโฟกัสไปที่ผู้บริหาร บอร์ดบริหาร และผู้ถือหุ้น
เขาจะเน้นไปที่ Branding มากกว่า Selling

เขาจะเน้นไปที่การสร้างภาพลักษณ์มากกว่าการสร้างยอดขาย
เพราะฉะนั้นถ้าเห็นแบรนด์ใหญ่เล่นอะไร อย่าไปเล่นเหมือนเขา
เรามีงบจำกัด (มาก ๆ) ทุกบาททุกสตางค์ที่ใช้โคตรสำคัญ
เพราะฉะนั้น จำไว้ให้ดีเลยครับว่าอย่าแม้แต่จะคิด
ทำการตลาดเลียนแบบแบรนด์ใหญ่ ๆ

4.5 อย่า stock เยอะ ค่อย ๆ เติบโตไปดีกว่า

คุณคงเคยจะได้ยินคุณแม่ทีมของคุณเอง
หรือ เจ้าของแบรนด์บางท่านเกลี้ยกล่อมให้คุณ stock เยอะ ๆ
ถามว่า stock เยอะ ๆ ดีกับใครครับ?

stock เยอะ ๆ ก็ดีกับแม่ทีม ดีกับเจ้าของแบรนด์ใจครับ

ถามว่าดีกับคุณไหม? ตอบว่าดีครับถ้าคุณขายได้
แต่เริ่มต้นทำใหม่ ๆ ไม่มีใครที่ขายดีเป็นเทน้ำเทท่าหรอกครับ
เริ่มต้นขายกันแบบวันละกล่อง อาทิตย์ละกล่อง
เดือนละกล่องกันทั้งนั้นแหละครับ

เพราะฉะนั้น stock เยอะหรือน้อย ขึ้นอยู่กับยอดขาย
ถ้าขายยังไม่ดี stock น้อย ๆ test ตลาดไปเรื่อย ๆ
เมื่อเริ่มขายดี ค่อย ๆ วางแผนว่าจะ stock เพิ่มใหม่
ถ้าสมมติว่าลูกค้าสั่งจนคุณไม่มีของให้เขาหลายต่อหลายครั้ง
ถ้าเป็นแบบนี้คุณต้อง stock เยอะขึ้น
เพื่อไม่ให้ลูกค้าเขาเบื่อแล้วหนีไปซื้อกับคนอื่น

แต่ถ้าวันนี้ลูกค้าคุณยังไม่เยอะขนาดนั้น คุณสามารถ stock เท่าเดิมได้
อย่ายึดติดกับตำแหน่งครับ คุณสามารถเป็นตัวแทนย่อยไปตลอดชีพก็ได้
คุณสามารถเป็นตัวแทนหลักไปตลอดชีพก็ได้
หรือถ้าคุณเริ่มต้นที่ VIP เริ่มต้นที่ dealer
คุณก็เป็นเท่านั้นเป็นตลอดชีวิตก็ได้
จงโฟกัสที่ยอดขายครับ

4.6 เงินทุกบาทที่ลงทุนไปต้องได้กำไรกลับมา

แน่นอนครับ มัน make sense อยู่แล้วว่า ถ้าคุณไม่ได้กำไร
ลืตต่อไปมันก็จะไม่เกิดขึ้น ต่อให้คุณขายดีเป็นเทน้ำเทท่า
แต่ถ้ากำไรหายไปในเกลี้ยง คุณเองก็เติบโตไม่ได้ เพราะฉะนั้นใครยังไม่
เคยทำบัญชี ก็เริ่มทำได้แล้วนะครับ

อย่างผมเนี่ยไม่มีความรู้ทางบัญชีเลย ผมก็แค่มาลงว่า
ลงทุนไปเท่าไร ยอดขายกลับมาเท่าไร แล้วก็บวกลบคูณหารออกมา
ให้ได้ว่า ต้นทุนต่อชิ้นที่เราขายได้เนี่ย มันได้กำไรมั๊ย?
ถ้าขาดทุนเราก็ต้องแก้ไข ถ้าได้กำไรเราก็จะยึดวิธีนั้นไปเรื่อยๆครับ

เงินทุกบาททุกสตางค์ที่ลงทุนไปไม่ใช่เรื่องตลก ไม่ใช่เรื่องล้อเล่น
เช่น คุณขายสินค้า กำไรเพียง 10 บาท 20 บาท แต่แม่ทีมบอกให้คุณลง
AD วันละ 500 วันละ 1,000 ถามว่าคุณต้องขายได้วันละกี่ชิ้นคุณถึงจะ
ได้กำไรกลับมา ถ้ามันคุ้มก็ยิงไป ถ้ามันไม่คุ้ม ขายออฟไลน์ก็ได้
ตรงนี้เป็นสิ่งที่หลาย ๆ คนลืม สินค้าออนไลน์ก็ยังขายออฟไลน์ได้อยู่
แต่คุณและอีกหลาย ๆ คน เลือกที่จะไม่ขาย

4.7 จารู้จักสินค้าอย่างละเอียด

อย่างที่ผมบอกไปว่าคุณต้อง test ก่อนทุกครั้ง คุณอย่าเริ่มต้นด้วยการ stock สินค้าเยอะ ๆ ผมแนะนำว่าซื้อมาใช้ก่อนสัก 1 ชิ้น และ test มัน จนกว่าจะเห็นผลลัพธ์จริง ๆ แล้วค่อยขาย

เมื่อเป็นแบบนั้นแล้วคุณจารู้จักสินค้าของคุณอย่างละเอียด คุณจะรู้ว่าใช้แล้วมันดียังไง ใช้ไป 5 วัน 10 วัน มันเกิดผลลัพธ์อย่างไรบ้าง ตัวคุณเองเปลี่ยนแปลงอย่างไรบ้าง เมื่อคุณรู้ประโยชน์หลัก ๆ ของสินค้า คุณก็จะบอกลูกค้าได้อย่างเต็มปากเต็มคำ ลูกค้าก็จะเกิดความมั่นใจ กล้าที่จะซื้อสินค้ากับคุณ อาจารย์ของผมบอกเสมอครับว่า

“รายได้อยู่ในรายละเอียด”

ยิ่งคุณจารู้จักสินค้าอย่างละเอียด คุณก็จะยิ่งบอกรายละเอียดกับลูกค้าไปได้เยอะ และทุกรายละเอียดจะทำให้ลูกค้าเพิ่มความมั่นใจขึ้นเรื่อย ๆ เพราะฉะนั้น คุณจงท่องให้ขึ้นใจเลยครับ
ว่า... รายได้อยู่ในรายละเอียด

4.8 จงรู้จักลูกค้าอย่างละเอียด

เชื่อกันหรือว่า? คนส่วนใหญ่รู้จักลูกค้าแค่ผิวเผิน ส่วนใหญ่ก็จะบอกว่า

ลูกค้า คือ คนที่อายุ 18-45 ปี โอเคอาจจะมี เพศหญิง

เพศชาย รายได้ประมาณ 15,000-30,000 บาท

ผมจะบอกว่าเท่านั้นมันไม่พอ คุณต้องรู้ลึกกว่านั้น

คุณต้องรู้ว่าเขาทำงานอะไร เขามี lifestyle แบบไหน

เขาเดินทางด้วยรถอะไร บ้านเขาอยู่ไหน ส่วนมากเป็นคนมีครอบครัว

หรือ คนโสด ยิ่งคุณรู้ข้อมูลลูกค้ามากเท่าไร

ความมโนก็จะหายไปมากเท่านั้น

เมื่อคุณไม่ต้องมโนคุณก็จะสามารถวางแผนการตลาดออกมาแบบหวัง

ผลลัพธ์ได้ เป็นวิทยาศาสตร์มากขึ้น ไม่ต้องด้นเดา ไม่ต้องมโน

เมื่อคุณรู้จักลูกค้าอย่างละเอียด คุณสามารถปิดการขายได้ง่ายขึ้นเพราะ

คุณรู้ว่ากลุ่มลูกค้าของคุณเนี่ย มีความชอบอะไร

ชอบให้คุณพูดแบบไหน ชอบข้อมูลแบบไหน

สิ่งเดียวที่จะทำให้คุณรู้ได้ นั่นก็คือ คำว่า “ใส่ใจ” ครับ

4.9 โฟกัสที่ผลลัพธ์เท่านั้น

ทุกวันนี้หลายคนยังโฟกัสอยู่ที่ ยอดไลค์ ยอดแชร์ และ คำชม
ผมจะบอกแบบนี้ครับว่า ยอดไลค์ ยอดแชร์ และคำชม
มันเป็นเรื่องมายามาก ๆ สิ่งที่คุณต้องโฟกัสคือผลลัพธ์เท่านั้น
คุณต้องออกจากเมฆหมอกเหล่านี้ที่บังตาของคุณอยู่
แล้วโฟกัสไปที่แสงสว่างที่เรียกว่า “ผลลัพธ์” เท่านั้น

อย่าให้ใคร อย่าให้อะไรมาลวงหลอกคุณได้ ถ้าไม่อย่างนั้น
คุณจะพบว่ากำไรของคุณนั้นหายหมด เพราะคุณมัวแต่ไปโฟกัสที่
คำชื่นชม ยอดไลค์ ยอดแชร์ หรือแม้กระทั่ง page like

แต่ถ้าคุณโฟกัสที่ผลลัพธ์เท่านั้น คุณก็จะเปรียบเหมือนคนที่รู้ว่าวันนี้ฉัน
จะเดินทางไปเชียงใหม่โดยฉันจะไม่สนใจอะไรทั้งนั้น
ฉันจะไม่สนใจว่าจังหวัดนี้มีคนชื่นชมฉัน
ฉันจะไม่สนใจว่าจังหวัดนี้มียอดไลค์
จังหวัดนี้มียอดแชร์

แต่ฉันจะไปเชียงใหม่ เพราะมันคือเป้าหมายมันคือผลลัพธ์ของฉัน
เพราะฉะนั้นครับ อยากขายดี ข้อนี้สำคัญมาก ๆ
จงโฟกัสที่ผลลัพธ์ครับ

4.10 อย่าโม้ว่าขายดี (ลูกค้าไม่โง่)

หลาย ๆ คนคิดว่าลูกค้าโง่ นะครับ การที่คุณถือรูปภาพของตัวแทนคนอื่นมาโพสต์นะครับ ไม่ว่าจะเป็นรูปการณีส่งของ รูปสติป

รูปยอดเงินในบัญชี พักหลังที่เห็นบ่อยมาก ๆ เลย คือ

รูปสติปการโอนเงิน รูปโชว์ยอดเงินในบัญชี ผมจะบอกให้ นะครับ

ด้วยสัญชาตญาณของมนุษย์ โดยเฉพาะอย่างผมเนี่ยที่เป็นเอามาก

คือถ้าเห็นใครที่อวดยอดเงินในบัญชีเนี่ย ผมจะรู้สึกว่าเขาต้องการล่อวง

ให้เราไปติดกับดักอะไรบางอย่าง

และผมมีความเชื่ออย่างลึกซึ้งอย่างหนึ่งว่า

มนุษย์มักจะอวดในสิ่งที่เขาไม่มี เพราะฉะนั้น

ใครที่ชอบอวดเงินอวดทองอวดยอดเงินในบัญชีให้คนได้เห็น

คุณสามารถการันตีได้เลยว่ามันเป็นเพราะเขาไม่มี เขาก็เลยอยากอวด

แล้วตามสถิติแล้วครับ แม้อ่านไลน์ต่อให้เงินเข้ามา 50,000 หรือ

100,000 เงินนั้นจะอยู่กับเขาไม่เกิน 15 นาที เพราะเขาก็ต้องโอนเพื่อ

ชำระค่าสินค้าวนไป เพราะฉะนั้นถ้าคุณไม่อยากติดกับของสินค้า

กระแส ยอดเงินในบัญชีเห็นเป็นล้าน ก็ช่างมัน

ให้ดู lifestyle ของเขา ทักษะคติของเขา และถ้าเป็นไปได้ พยายามสืบ

ยอดขายที่แท้จริงของเขามาด้วยนะครับ

4.11 โพสต์เยอะขายดี หรือ โพสต์ดีขายเยอะ

เรื่องนี้ผมพูดมา 2 ปีเศษ ๆ ได้ แต่ก็ยังมีแม่ทิม, แม่ค้าออนไลน์, เจ้าของแบรนด์หลาย ๆ ท่านยังบอกอยู่ว่า โพสต์เข้าไป โพสต์มันเยอะ ๆ ถ้าไม่โพสต์จะขายไม่ได้ ผมต้องบอกแบบนี้เลยครับว่า มันไม่จริง

ยิ่งในระบบของ Facebook นะครับ การที่คุณโพสต์อะไรลงไป แล้วปราศจาก engagement โพสต์ของคุณครั้งหน้า ก็จะถูก Facebook หั่น reach หรือ อัตราการมองเห็นลง แล้วถ้าคุณยังดันดัน ที่จะโพสต์แบบไร้คุณภาพอยู่ คุณจะถูกหั่นจนเหลือ 0 เรียกได้ว่าคุณจะเป็นสัมภเวสีในโลกของ Facebook เลยแหละ

เพราะฉะนั้นจะโพสต์อะไร คิดให้ดี คิดแล้ว คิดอีก ส่วนตัวผมเอง ผมใช้เวลาคิดเยอะมาก ถ้าเป็นโพสต์ที่ไม่หวังผลมากก็ 1 วันพอได้ แต่ถ้าเป็นโพสต์หวังผล ผมจะใช้เวลาคิดในบางครั้งเป็นสัปดาห์

เพราะฉะนั้นคุณคงเข้าใจแล้วใช่ไหมครับว่า?
ตกลงโพสต์เยอะขายดี หรือ โพสต์ดีถึงจะขายเยอะ!

4.12 ออมเงิน และ เก็บเงิน

มีเคสหนึ่งครับ ที่เป็นเคสของแม่ที่มતા่านหนึ่งที่มาขอคำปรึกษาจากผม เขาบอกกับผมว่า “คุณน้ทคะ พี่เองค่อนข้างมั่นใจว่าพี่ขายดีมาก ๆ เลย แต่ทำไมพี่ถึงไม่เห็นกำไรเลยคะ? ก็ต้องเรียนแบบนี้ครับว่า การตลาดของเขาดีมากนะครับ ลูกค้าเขาเยอะมาก และเขาก็ขายดีมากจริง ๆ

เคสนี้เป็นเคสที่ผมใช้หัวหนักมากครับ เพราะปัญหาไม่ได้อยู่ที่การตลาด แต่ปัญหามันคืออะไรก็ไม่รู้... (ผมครุ่นคิดอยู่นานมาก ๆ)

แต่สรุปสุดท้ายมันไปจบที่โปรไฟล์ส่วนตัวของเขาครับ พี่คนนี้เขา
ติดกิน ติดเที่ยว กินอาหารหรูทุกวัน(แทบทุกมือ)
ไปเที่ยวแทบทุกอาทิตย์ เพราะฉะนั้นครับ
ตรงนี้ถือเป็นอย่างหนึ่งที่แม่ค้าออนไลน์ไม่ควรพลาด
ก็คือคุณต้องออมเงินและเก็บเงินด้วยนะครับ

ใครจะไปคิดว่าปัญหาของพี่คนนี้จะไม่ใช่การตลาด ไม่ใช่การขาย แต่
เป็นการที่เขาไม่รู้จักออมเงินและเก็บเงิน
ถ้าสมมติว่าคุณไม่รู้ว่าจะเก็บยังไง แนะนำให้คุณนะครับ
เข้าไปที่ google แล้วเสิร์ชว่า “six jars system” ครับ

สรุปพี่แกก็รอดจากวิกฤติด้วยสูตรนี้แหละครับ

4.13 รีวิวโคตรสำคัญ

โอเค ข้อนี้ทุกท่านคงจะเข้าใจกันอยู่แล้วว่า รีวิวเป็นสิ่งที่สำคัญมาก ๆ
แต่ทำไมทุกวันนี้ผมยังเห็น แม่ค้าที่ฉาบฉวย
รีวิวแบบที่คิดว่าลูกค้ากินหญ้า

ผลิตภัณฑ์ลดน้ำหนักบางตัวถ่ายตอนอ้วน ด้วยการทำฟุงป่องๆ พอเป็น
after ก็แถมว่าเต็มที ยึดตัวตรง ซึ่งนั่นมันไม่ใช่คำว่า รีวิว
นั่นมันคือการหลอกลวงชัด ๆ

หรือแม้กระทั่งผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับผิวพรรณ ผมก็เห็นบางคน
ถ่าย Before ในที่มีด ๆ แบบไม่ได้ผ่านแอป
แต่พอเป็น after ถ่ายกลางแจ้ง แต่งหน้าจัดเต็ม
บางคนใช้แอปพลิเคชัน ในการตกแต่งแสงด้วยซ้ำ
ซึ่งสิ่งเหล่านี้สำหรับผมไม่ได้เรียกว่ารีวิวแม้แต่เนี่ย

แล้ว รีวิว คืออะไรกันแน่?

ก่อนทำรีวิว อันดับแรกคุณต้องรู้จักเลยแหละว่าคน ๆ นี้
เขาใช้ผลิตภัณฑ์คุณมากี่วัน ใช้ต่อเนื่องไหม
ใช้แล้วผลลัพธ์การเปลี่ยนแปลงในแต่ละวันเป็นอย่างไรบ้าง
แล้วคุณก็เอาเรื่องราวเหล่านี้มาเล่าให้กับลูกค้าของคุณฟัง

เหมือนที่ผมนำความสำเร็จของนักธุรกิจที่อ่านหนังสือก็ดี
ที่เข้าคอร์สก็ดี มาเล่าให้ทุกท่านฟัง ว่าเขาทำตามสูตรลับนี้
ภายในเวลากี่วัน แล้วความสำเร็จของเขาได้มากี่บาท อย่างชัดเจน
อย่างละเอียดเลย แบบนี้จะสร้างความน่าเชื่อถือได้ดีกว่า
การเอารีวิวมาลงทุกวัน เพราะฉะนั้นรีวิวเป็นสิ่งที่สำคัญมาก
จงให้ความสำคัญและใส่ใจมาก ๆ นะครับ

4.14 ทดสอบ ทดสอบ และ ทดสอบ

คุณอย่าเพิ่งเชื่อในสิ่งที่ผมพูด อย่าเพิ่งเชื่อในสิ่งที่แม่พิมพ์
อย่าเพิ่งเชื่อในสิ่งที่เจ้าของแบรนด์พูด
และ อย่าเพิ่งเชื่อในสิ่งที่กูรูการตลาดระดับประเทศ
หรือระดับโลกก็ตามที่เขาพูด เพราะสิ่งที่เขาพูด
มันเป็นเพียงทฤษฎี คุณต้องเอาสิ่งเหล่านี้ไปทดสอบ

คุณไม่จำเป็นต้องอ่านหนังสือปีหนึ่งเป็นพันเล่ม
คุณไม่จำเป็นต้องเข้าคอร์สสัมมนาปีหนึ่งเป็นพันคอร์ส
คุณเข้าสักคอร์สหนึ่งครับ คุณอ่านหนังสือสัก 1 เล่มก็ได้
แล้วกรุณาให้เกียรติผู้เขียน โดยการเอาความรู้เหล่านั้นไปทดสอบ

แม้กระทั่งความรู้ใน e-book เล่มนี้ที่คุณกำลังอ่าน อย่าเพิ่งเชื่อครับ
จนนำไปทดสอบครับ ถ้าไม่ได้ผล ไม่ได้แปลว่าผมหลอกคุณ
ไม่ได้ผล หมายถึง มันเข้ากับธุรกิจคุณไม่ได้

แต่ถ้ามันได้ผล คุณไม่จำเป็นต้องไปเรียนอะไรที่มันเหมือน ๆ กัน
เช่น สมมติคุณทำการตลาดแบบที่ผมแนะนำแล้วสำเร็จ
คุณไม่จำเป็นต้องไปเรียนทำการตลาดเพิ่ม
คุณไปเรียนอย่างอื่นเถอะครับ แล้วให้มันมา믹ซ์สิ่งที่คุณรู้อยู่แล้ว
ผมรับประกันเลยว่ามันจะไปได้ไกล มันจะเติบโตไวกว่า
การที่คุณมัวแต่เรียนซ้ำ ๆ ซาก ๆ เรียนไปเรียนมาเดี๋ยวกังว่า
เอ๊ะ คุณนี่บอกอย่าโพสต์เยอะ
เอ๊ะ ภูธท่านนั้นบอกโพสต์ทุกชั่วโมง

เพราะฉะนั้นอะไรที่ได้ผลจงเลือกเอาสิ่งนั้น
แต่คุณต้องทดสอบ ทดสอบ และ ทดสอบ
อย่างจริงจัง โอเคนะครับ

เดินทางมาถึงช่วงท้ายของ e-book ผมขอสรุปสั้น ๆ แบบนี้ครับว่า

ถ้าคุณไม่อยากติดกับดักสินค้ากระแส

คุณต้องฉลาดให้ดี ๆ อย่าหลงไปกับภาพลักษณ์

อย่าหลงบอส อย่าหลงดารา อย่าหลงเน็ตไอดอล

คุณต้องทดสอบสินค้าทุกครั้ง ก่อนที่จะลงมือขาย

คุณต้องรู้จักสินค้าของคุณเอง และ ลูกค้านของคุณอย่างละเอียด

คุณโฟกัสที่ผลลัพธ์เท่านั้น คุณต้องเข้าใจหลักการขาย และการตลาด

คุณต้องทดสอบทุกครั้ง อย่าเชื่อใครง่าย ๆ

จงทดสอบให้รู้ด้วยตัวเอง

ขอขอบพระคุณทุกท่านเลยนะครับ

ที่ทำให้เกียรติกับ e-book เล่มนี้ของผมมาก ๆ

อย่างที่บอกครับ ผมหวังข้อมูลเหล่านี้มาก

ผมไม่อยากให้มันเผยแพร่ออกไปเป็นวงกว้างด้วยซ้ำ

ผมอยากให้มันไปอยู่ในมือของคนที่ตั้งใจจริง

ของคนที่ยากหลุดจากกับดักสินค้ากระแสจริง ๆ

ผมไม่อยากให้ไปอยู่ในมือของคนที่ได้ไป แล้วก็เถียง ๆ ๆ

ว่า... บอสฉันไม่ใช่อย่างนี้ เจ้าของแบรนด์ที่ฉันรู้จักไม่ใช่อย่างนี้

และ ต้องบอกเลยครับว่า หลักการตลาดที่เรียบง่ายใน e-book เล่มนี้

มันผ่านประสบการณ์การทำงานหนักของผมมาตลอดระยะเวลา 3 ปี มัน
เป็นหลักการที่เรียบง่าย ไม่มีอะไรหวือหวา ไม่มีอะไรน่าสนใจ
ไม่ได้เหมือน โค้ช ไม่ได้เหมือน กูรูหลาย ๆ ท่าน
ทั้งในประเทศ และต่างประเทศที่เขาสอนกัน

แต่ผมบอกเลยครับว่า ผมใช้มันทำเงินมามากมายครับ
ยกตัวอย่างเช่น ยอดขายหนังสือ 159,040 บาท ใน 1 เดือน
ผมก็ใช้หลักเหล่านี้แหละครับ ในการทำการตลาด

ผมต้องออกตัวก่อนเลยครับว่าผมเป็นคนที่ไม่มีความคิดสร้างสรรค์
ผมไม่ได้เป็นคนเก่ง ผมไม่ได้เป็นคนที่เกิดมาเพื่อทำการตลาด
หรือ เกิดมาเพื่อขายของ ผมเป็นคนธรรมดา

เพียงแต่ว่าผมเชื่อมั่นในผลลัพธ์มากกว่าสิ่งอื่นใด
ผมทำตามวิธีที่ผมเรียนมาแบบไม่เอ๊ะ ไม่อ๊ะ ไม่สงสัย
และผมก็ทำมันมามากพอ โดยที่ไม่ท้อแล้วก็ไม่หยุด

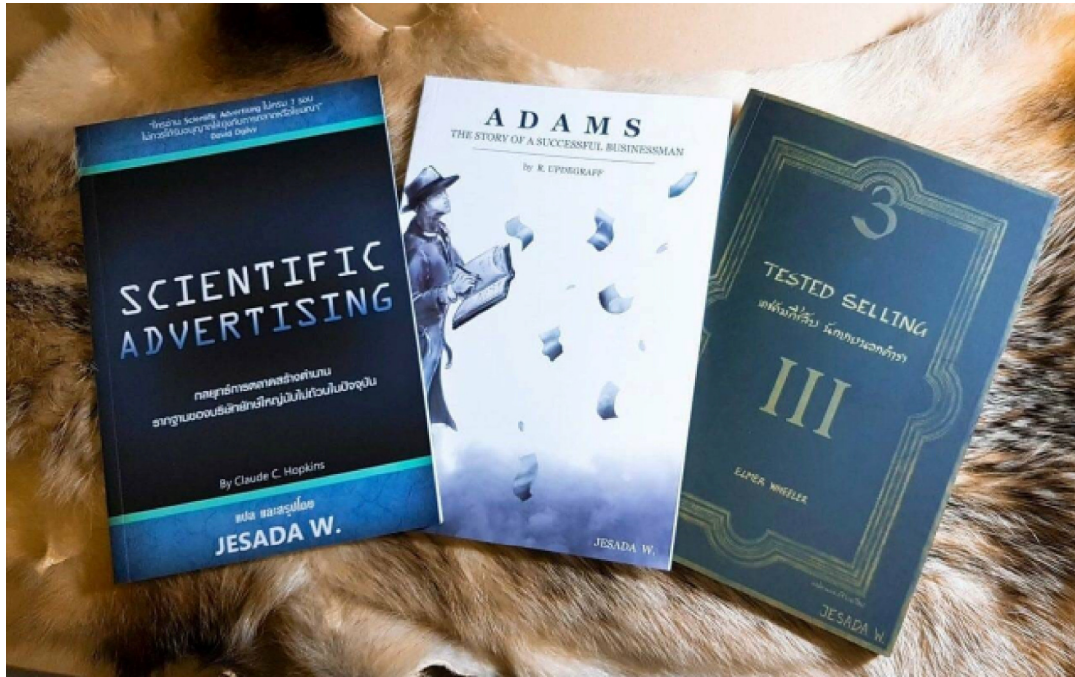
เพราะฉะนั้น เมื่อคนอย่างผมทำได้
คนที่กำลังอ่าน e-book เล่มนี้อยู่ ซึ่งเก่งกว่าผมหลายเท่า
จะต้องทำได้ดีกว่าผมหลายร้อยเท่าครับ

โอเค ก่อนจากกัน ผมอยากฝากประโยคส่งท้ายที่ผมมักจะพูดอยู่เสมอไม่
ว่าจะเป็น ใน e-book เล่มต่าง ๆ ของผม
หรือ กับคนที่ขอคำปรึกษา ผมก็มักจะพูดเสมอครับว่า

**“คนโง่ มักจะไม่ลงมือทำ เพราะรอโอกาส
แต่คนฉลาด จะสร้างโอกาส ด้วยการลงมือทำ”**

ขอให้ทุกท่าน โชคดีครับ สวัสดีครับ

Nut Mr.Freedom



หยุดวิ่งตามเทรนาการตลาดที่เปลี่ยนไปทุกวัน แล้วมาโฟกัสที่
หลักการตลาด ที่สร้างยอดขายจริงๆกันดีกว่าครับ ##

.

.

ยังไม่ทันถึงสิ้นปีเลย... แต่ว่าเริ่มมีหลายๆคนถามผมเข้ามาแล้วว่า "คุณ
น้าๆ ปีหน้าเทรนาการตลาดแบบไหนมาแรงคะ?"

.

ก็ต้องบอกแบบนี้ครับว่า เริ่มมีกูรูชื่อดังหลายๆท่าน เริ่มออกมาเผยข้อมูล
เชิงลึก เกี่ยวกับเทรนปี 2019 แล้วครับ

.

และผมเชื่อว่าจะมีออกมาเรื่อยๆ จนถึงสิ้นปีแน่นอนครับ คุณสามารถไปหาข้อมูลที่ต้องการกับกูรูชื่อดังเหล่านั้นได้เลยครับ

.

ซึ่งถ้าใครที่อินมากๆ ก็จะเริ่มถอนหายใจออกมา ดังๆ พลังคิดในใจว่า (นี่ต้องวิ่งตามเทรนใหม่อีกแล้วหรอเนี่ย)

.

เพราะฉะนั้น... ไม่ต้องถามผมก็ได้ครับ ว่าปีหน้าเทรนไหนมาแรง เพราะผมไม่ได้อินกับเรื่องนี้ และคงให้คำตอบไม่ได้ดีเท่ากูรูเหล่านั้นครับ

.

อีกอย่างช่วงที่คนส่วนใหญ่กำลังมองหาเทรนการตลาดใหม่ๆ ผมกลับหมกมุ่นอยู่กับ หลักการตลาดโบราณ 100 ปี จากหนังสือ 3 เล่มนี้ครับ

.

.

เล่มแรก Scientific Advertising

.

.

เป็นหนังสือที่ทำให้ผมได้เข้าใจแนวทางการทำธุรกิจที่ปลอดภัยที่สุด และเสี่ยงน้อยที่สุดว่าเป็นอย่างไร?

.

"อาจารย์เจษ" ผู้แปลหนังสือเล่มนี้ ได้ใช้หลักการตลาดของหนังสือเล่มนี้ ปิดการขายเครื่องจักรไฮเทคมูลค่า 14 ล้านบาท ในเวลา 2 เดือน ซึ่งมากกว่ายอดขายของทั้งแผนก 4 ปีที่ผ่านมารวมกัน!!!

.

.

เล่มที่สอง Adams

.

.

เป็นหนังสือที่ทำให้ผมได้หลักคิดที่ทรงพลังมากๆ จากเรื่องราวสั้นๆ ของนักเขียนโฆษณาที่ไม่ได้เขียนเก่ง ไม่ได้มีไอเดียดี ไม่ได้สร้างสรรค์ไปกว่าใคร

.

แต่ทุกแคมเปญที่เขาทำประสบความสำเร็จอย่างมหาศาลในแบบที่ไม่มีใครคาดคิดมาก่อน

.

.

เล่มที่สาม Tested Selling

.

.

เป็นหนังสือที่สอนเทคนิคการขายที่คนทั่วไปมองข้าม แต่สำหรับนักขายระดับตำนานแล้ว พวกเขาจะใช้เทคนิคนี้กันเป็นประจำ

.
ซึ่งเทคนิคที่สอน ไม่ได้เกี่ยวอะไรกับการมีบุคลิกภาพที่ดี, ทักษะการ
เจรจาต่อรอง, ไม่ใช่ทักษะการพรีเซนต์หรือแม้แต่เทคนิคการปิดการขาย
ขั้นเทพ

.
แต่เทคนิคที่สอนในหนังสือเล่มนี้จะเกี่ยวกับ “พลังของคำพูด” ซึ่ง Elmer
Wheeler ได้เปิดเผยเทคนิคการใช้พลังของคำพูดไว้ 5 ข้อด้วยกันครับ

.
เมื่อคุณเป็นคนหนึ่งที่เบื่อหน่ายกับการวิ่งตามหาทรนการตลาด ที่
เปลี่ยนแปลงแทบทุกวินาที

.
เมื่อคุณเป็นคนหนึ่งที่ต้องการผลลัพธ์คือยอดขาย ไม่ใช่เพียงยอดไลค์
หรือคำชม

.
ทำไมต้องลงเลครับ ในเมื่อมีคนทำเงิน 500,000บาท ในเวลาไม่ถึง
สัปดาห์ ด้วยความรู้จากหนังสือ "Scientific Advertising"

.
และทำไมต้องรอครับ ในเมื่อนักการตลาดระดับตำนานอย่าง David
Ogilvy อ่าน "Adams" ในวันที่เขาเริ่มต้นเส้นทางการตลาด

ทำไมไม่ตัดสินใจเป็นเจ้าของตอนนี้เลยล่ะครับ ในเมื่อเพียงประโยชน์เดียวในหนังสือ "Tested Selling" ช่วยให้ทีมขายทีมหนึ่งมียอดขายเพิ่มขึ้นคนละ 70% ในเวลาเพียง 1 เดือน

.

.

เมื่อคุณเองก็ต้องการมีผลลัพธ์แบบนี้ ทำไมไม่ลองท้าทายทีมงานเข้ามาล่ะครับ

.

.

ทีไจน์ @mrfreedom (มี@ด้วย) แล้วบอกทีมงานว่า "สนใจหนังสือเล่ม"

.

รับไปเลยครับ! โบนัสพิเศษสำหรับคนที่ต้องการสร้างผลลัพธ์จริงๆ และตัดสินใจอย่างรวดเร็ว...

.

- ราคาพิเศษ 1,000บาท (จากปกติ 1,115)

- E-book 50 หัวข้อเงินล้าน จาก Adams

- Podcast ตอนพิเศษ จาก Tested Selling

.

.

Mr.Freedom

Nutdanai

.

.

ปล. ยังไงก็อย่ามั่ววิ่งตามเทรน จนลืมโฟกัสผลลัพธ์กันนะครับ เป็น
ห่วงม๊วักๆ