

Sales Insights *Report*

คุณ ตัวอย่าง

จันทร์ 27 กรกฎาคม 2558

Sales Insights report เป็นเครื่องมือที่ช่วยให้เราในฐานะนักขายหรือผู้ที่ให้บริการต่อลูกค้า ได้เพิ่มประสิทธิภาพในการสื่อสารประสานงานกับผู้ร่วมงานในองค์กร ได้รู้จักเข้าใจถึงจุดแข็ง จุดที่ต้องระมัดระวังของตนเอง เพื่อประโยชน์ในการทำงาน ประสานงานกับผู้ร่วมงาน และที่สำคัญ ชี้ให้เห็นถึงรูปแบบการขาย/การให้บริการต่อลูกค้า รวมไปถึงการช่วยเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผล ในการขาย/การให้บริการต่อลูกค้าที่ต้องดูแลรับผิดชอบ

ภายในรายงานจะประกอบด้วยรายละเอียด 2 ส่วน

• ส่วนที่ 1. บุคลิกลักษณะส่วนบุคคล (Personality Profile)

เป็นการประเมินลักษณะส่วนบุคคล ที่ช่วยค้นหาตัวตนเชิงพฤติกรรมการแสดงออกที่เป็นจุดแข็งและจุดอ่อน ข้อได้เปรียบและข้อควรปรับของบุคคลในแง่บุคลิกจิตวิทยาประยุกต์ แสดงแนวโน้มรูปแบบการบริหารคนและงาน เพื่อนำไปขยายผลต่อการพัฒนาตัวเอง การรู้จักตัวตนทั้งในแง่บวกและแง่ลบ ช่วยเปิดโลกทัศน์การรับรู้ความแตกต่างในแต่ละบุคคล นำไปสู่การปรับตัวในการสื่อสารระหว่างบุคคล การเข้าสังคม และการทำงานร่วมกับผู้อื่นในทีมที่มีความคิดเห็นและการแสดงออกที่หลากหลายได้อย่างมีประสิทธิภาพและด้วยความเข้าใจกันมากขึ้น

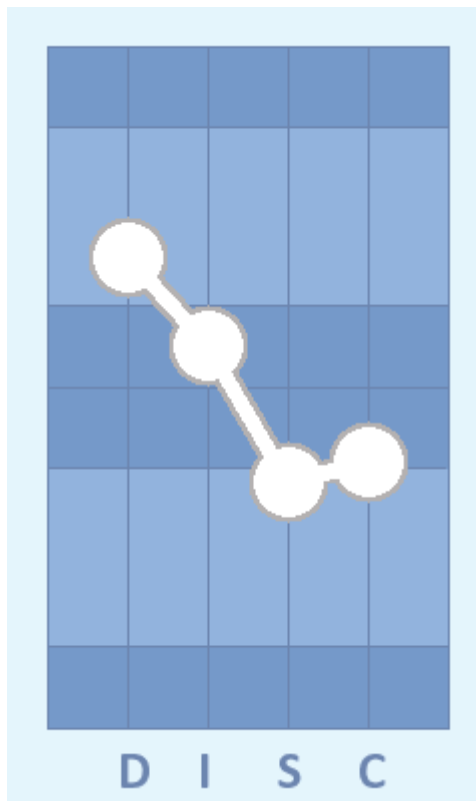
• ส่วนที่ 2. สไตล์การขายและการประยุกต์ใช้เพื่อปรับเข้ากับลูกค้าแต่ละรูปแบบ (Sales Style and Application with Customer's Buying Style)

เป็นข้อมูลสไตล์การขาย/การให้บริการของผู้ทำแบบประเมิน แสดงให้เห็นถึงลักษณะที่เป็นข้อเด่น ลักษณะแสดงออกที่อาจต้องระมัดระวัง แนะนำวิธีการสังเกตลูกค้าแต่ละรูปแบบที่มีลักษณะและความคาดหวังที่ต่างกัน รวมไปถึงวิธีการปรับรูปแบบการขาย การแสดงออกเพื่อสนองตอบให้ตรงความต้องการและเหมาะกับลูกค้าในรูปแบบต่างๆ

ส่วนที่ 1

บุคลิกลักษณะส่วนบุคคล - Personality Profile

คุณ ตัวอย่าง



ลักษณะโดยรวมของผู้ที่มีกราฟรูปแบบนี้ (Summary Profile)

รักษาสีที่	ใจกว้าง	วิจารณ์ หาจุดผิด	พึ่งพาตนเอง
ริเริ่ม	มีส่วนร่วม	ชอบความหลากหลาย	ยืนกราน
ชอบการแข่งขัน	มีเสน่ห์	ตอบสนองเร็ว	ไม่เน้นพิธีรีตอง
กล้าตัดสินใจ	ชอบสังคม	ไม่อยู่นิ่ง	ทำตามใจ
เชื่อในตัวเอง		ใจเร็ว	พอใจในตนเอง

k6i3c2e1

บุคคลที่มีกราฟรูปแบบนี้ จัดได้ว่ามีความเป็นตัวของตัวเองสูงมาก มั่นใจในตัวเอง มีวิสัยทัศน์ หัวก้าวหน้าและทำงานหนักในการที่จะให้บรรลุเป้าหมาย อาจดูดุดันและตรงไปตรงมา มีความสนใจหลากหลาย ในบางครั้งอาจดูเย็นชาและขวนขวายมาก ตั้งมาตรฐานให้ตัวเองและคนรอบข้างไว้สูง คาดหวังให้งานสำเร็จ อาจวิพากษ์วิจารณ์ ถ้าสิ่งที่เกิดขึ้นไม่เป็นไปตามที่คาดหวังไว้ ต้องการผลลัพธ์โดยเร็ว ให้ความสำคัญกับเรื่องเวลาและประสิทธิภาพเป็นอย่างมาก จนบางครั้งอาจถูกผู้อื่นมองว่าใจร้อน รวดเร็ว เอาแต่ใจตัวเอง เป็นคนที่ชอบลงมือทำกิจกรรมตลอดเวลา ไม่ชอบหยุดนิ่ง กระฉับกระเฉง คล่องแคล่ว ดังนั้นอาจหงุดหงิด เมื่อพบว่าไม่มีเป้าหมายที่จะให้พิชิต

สามารถจับจุดแรงจูงใจของผู้อื่นได้เก่ง และใช้แรงจูงใจนั้นนำไปสู่แนวทางที่ตนเองได้กะเกณฑ์เอาไว้ มีความชัดเจนในผลลัพธ์ที่ตนต้องการ ชอบงานที่ท้าทาย มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวในงาน แข่งขันชิงชัยและชอบอยู่ในฐานะตำแหน่งที่มีความสำคัญ ยินดีเข้าไปรับงานและรับผิดชอบงานนั้นเป็นสิ่งที่ท้าทายตรงตามเป้าหมายของตน และแสดงให้เห็นถึงความพึงพอใจในตัวเองทันทีเมื่องานนั้นเสร็จสิ้น เนื่องจากต้องการที่จะควบคุมสภาพแวดล้อมรอบตัว จึงเข้าไปสร้างอิทธิพลต่อผู้อื่น โดยพยายามที่จะไปเปลี่ยนแปลงความคิดและการกระทำของผู้อื่น และกระตุ้นให้ผู้อื่นทำงานให้สำเร็จตามเป้าหมาย จึงมักไปกระทบความรู้สึกผู้อื่นได้ง่าย มีแนวโน้มที่จะหลีกเลี่ยงข้อจำกัดต่างๆ เช่น การถูกควบคุมใกล้ชิด งานที่ต้องใช้เวลา ลงรายละเอียดและงานที่ซ้ำซาก อีกทั้งให้ความสำคัญกับอิสระส่วนตนสูง อาจรู้สึกหงุดหงิดได้ง่ายเมื่อต้องทำงานเป็นกลุ่มหรือร่วมกิจกรรมกลุ่ม

เป็นคนที่มิสนใจเมื่อมีปฏิสัมพันธ์ มีทักษะการเจรจาสื่อสาร ใช้วาจาโน้มน้าวเกลี้ยกล่อมให้ผู้อื่นมาช่วยเหลือตน แม้ว่าในบางครั้งวิธีการของตนจะก่อความหวาดกลัวและเข้าไปบงการการตัดสินใจของผู้อื่น แต่โดยทั่วไปก็เป็นที่ชื่นชอบในหมู่เพื่อนร่วมงาน เนื่องจากเป็นคนที่หัวไว คิดเร็ว สร้างผลงานออกมา บุคลกรูปแบบนี้อาจหมดความอดทนหรือติดขัดผู้ที่ไม่เป็นเหมือนตนได้ง่าย มีความมุ่งมั่นสูงแม้อยู่ในสภาวะของความขัดแย้ง เมื่อคราวจำเป็นก็สามารถออกคำสั่งบังคับบัญชาการโดยที่อาจไม่ได้อยู่ในตำแหน่งที่ได้รับอำนาจหน้าที่ให้ทำเช่นนั้น มีแนวโน้มที่จะอารมณ์ร้อน โมโหง่ายโดยเฉพาะเมื่อรู้สึกว่ากำลังล้มเหลวหรือถูกเอาเปรียบ ประารถความสำเร็จด้านผลงานและการได้รับการยอมรับยกย่องชื่นชมผลสำเร็จที่ตนสร้างไว้

จุดเด่นและคุณค่าต่อองค์กร

- จิตใจเด็ดเดี่ยว นักสู้ ชอบความท้าทาย เป็นตัวของตัวเอง
- ตรงไปตรงมา มีความมั่นใจ กล้าแสดงความคิดเห็น
- มีวิสัยทัศน์ มองไปข้างหน้า มองภาพใหญ่
- มุ่งมั่นเป้าหมายและผลงาน เน้นประสิทธิภาพ
- ตัดสินใจ กล้าลงมือทำ กล้าเปลี่ยนแปลง ริเริ่มแนวคิดใหม่ๆ
- คล่องแคล่ว ฉับไว มีความสามารถในการปรับตัวสูง
- สร้างความรู้สึกร่วม กระตุ้นบันดาลใจหมู่คนได้

สิ่งที่ผู้อื่นอาจมองเชิงลบ

- อาจมั่นใจในตัวเองสูงเกินไป ประเมินความสามารถของตัวเองและผู้อื่นไว้สูงเกินไป
- ทำหาย โต้เถียงเมื่อถูกกดดันมาก
- คิดเร็ว ทำเร็วเกินไป อาจมองข้ามข้อมูลบางอย่าง กล้าเสี่ยง ใจถึงมากเกินไป
- อาจละเลยกฎระเบียบที่กีดขวางการไปถึงเป้าหมายของตนใช้อำนาจเกินตัว
- ในกรณีคับขัน อาจออกคำสั่งซึ่งกระทบความรู้สึกผู้อื่น
- เบื่อง่าย ใจร้อน มักหงุดหงิดผู้ที่ก้าวตามตัวเองไม่ทัน
- ไม่ชอบลงรายละเอียด อาจทำให้พลาดข้อมูลบางจุดที่สำคัญ
- หุนหันพลันแล่น โต้ตอบเร็ว ไม่ชอบผู้ที่พูดหรือทำอะไรอ้อมค้อม

ข้อเสนอแนะทั่วไป

- ให้ความสำคัญสนใจต่อปฏิกิริยาและความรู้สึกของผู้อื่นที่สะท้อนออกมา
- รับฟังความคิดเห็นของผู้อื่นอย่างตั้งใจ
- อธิบายเหตุผล แนวความคิดของตนเกี่ยวกับเป้าหมายและการจัดการปัญหา
- ผ่อนตัวเอง ปรับจังหวะให้ช้าลงบ้าง เพื่อลดทอนความเครียดในตัวเองและผู้คนรอบข้าง
- พยายามเลือกคำพูดที่ไม่รุนแรง ทอดน้ำเสียง แสดงกิริยาให้นุ่มนวลขึ้น
- คิดให้ถี่ถ้วน รอบคอบ ใช้เวลาไตร่ตรองให้มากขึ้น
- โต้ตอบให้ช้าลง ช่วยให้ใจเย็นขึ้น มองเรื่องราวได้ละเอียดขึ้น
- อดทนอดกลั้น ควบคุมอารมณ์ตัวเอง
- เพิ่มการใส่ใจในรายละเอียด ให้ความสำคัญด้านคุณภาพมากขึ้น
- ร่วมมือกับทีม และให้ความสำคัญกับสัมพันธภาพระยะยาว

สภาพการทำงานที่พึงพอใจ

- การทำงานที่เป็นอิสระและปราศจากการควบคุมดูแลอย่างใกล้ชิด
- สามารถใช้อำนาจหน้าที่ของตนได้อย่างเต็มที่
- สามารถแสดงความรู้สึกและความคิดเห็นได้อย่างเต็มที่
- ขอบงานที่มีกิจกรรมหลากหลาย ท้าทายความสามารถ ไม่จำเจ และไม่ลงรายละเอียดมากนัก
- การทำงานที่อยู่ในสภาพแวดล้อมที่สร้างสรรค์ แข่งขัน กระตือรือร้น
- งานที่มีโอกาสได้ควบคุมกิจกรรมและผลงานด้วยตนเอง

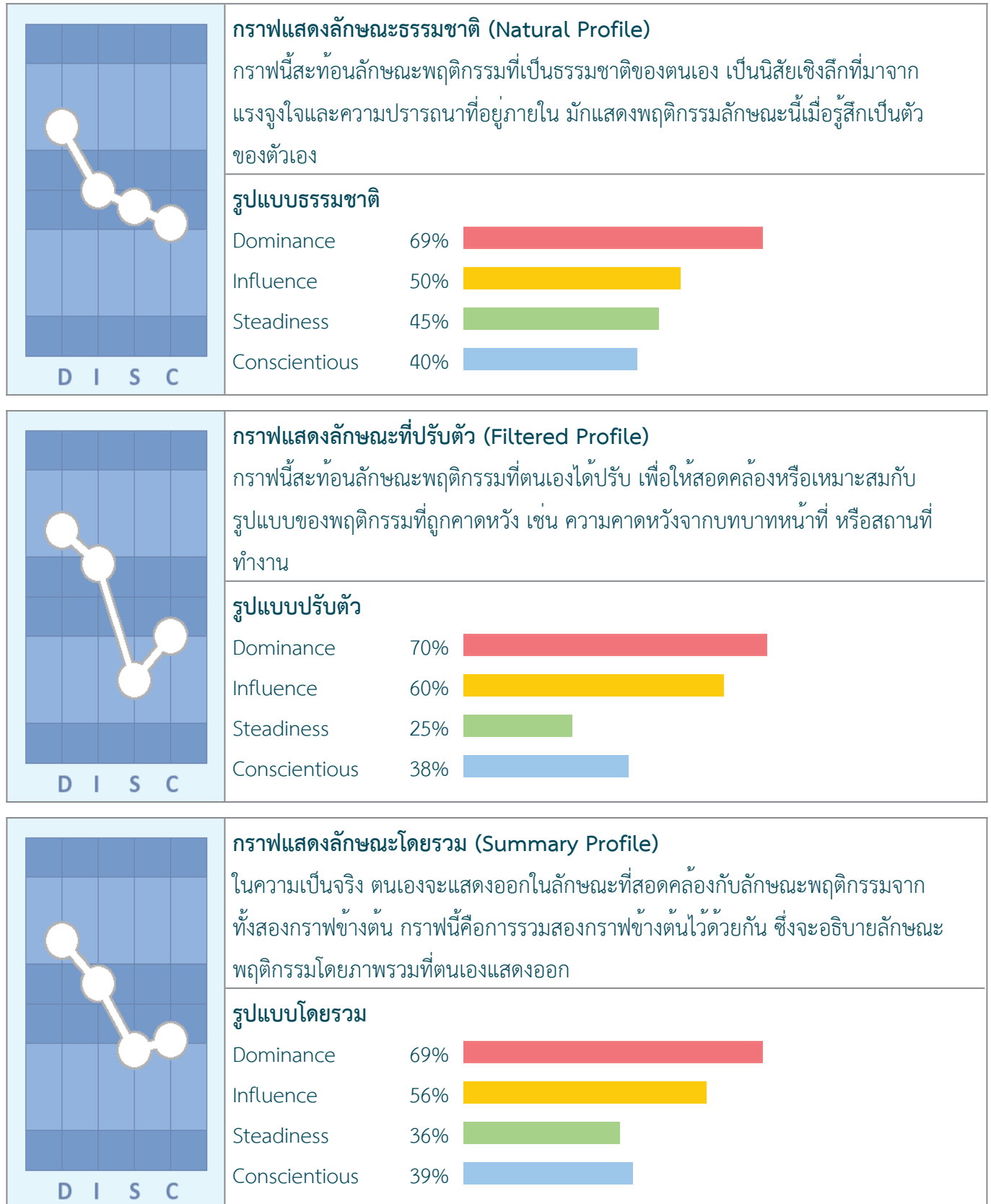
สิ่งที่สร้างแรงจูงใจ

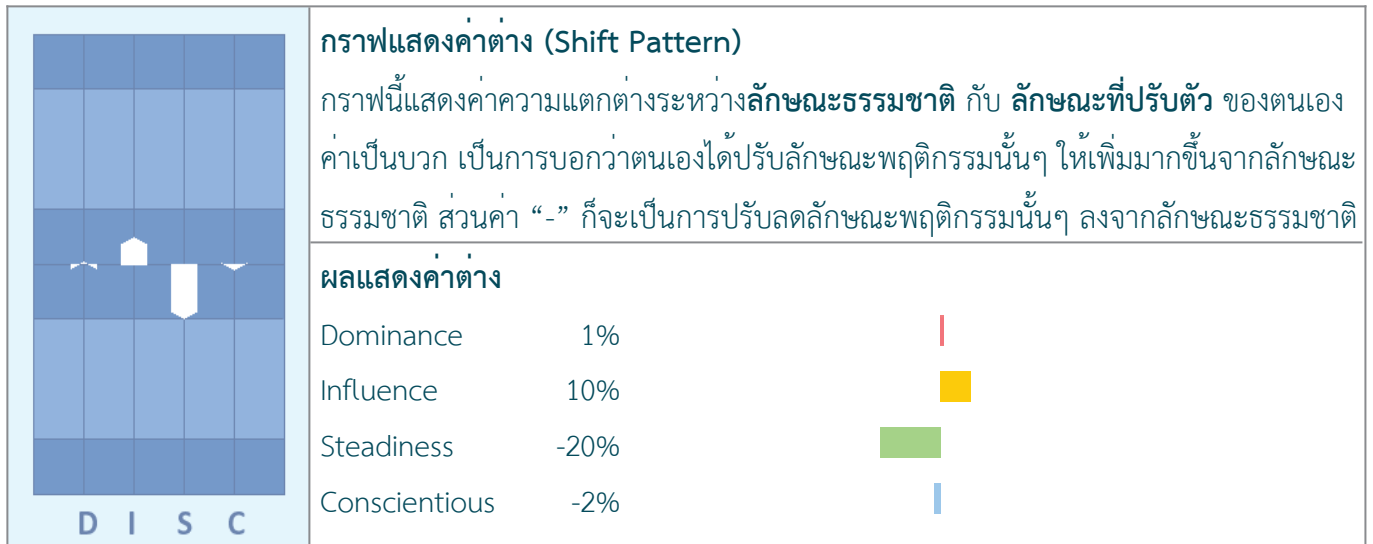
- โอกาสใหม่ๆ สร้างสรรค์ ท้าทาย
- การได้ควบคุมสถานการณ์ และสภาพแวดล้อมในการทำงานด้วยตนเอง
- โอกาสในการก้าวหน้า โดดเด่น
- โอกาสในการทำงานอย่างอิสระ
- ความคิดเห็นของตัวเองได้รับการตอบรับหรือเป็นที่สนใจ
- สร้างการแข่งขันและโอกาสที่จะได้รับชัยชนะ และบรรลุเป้าหมาย
- รางวัลในชัยชนะและความสำเร็จ ได้รับความชื่นชมยกย่อง

สิ่งที่ลดทอนแรงจูงใจ

- กำหนดกรอบกติกาและถูกควบคุมการทำงานอย่างใกล้ชิด
- การไม่ได้รับการยกย่องในความสามารถและผลงานที่ตนทำ
- สิ่งที่ยับยั้งพัฒนาการของตนเองต่อภายนอก
- งานรูปแบบซ้ำๆ หรืองานที่ต้องลงรายละเอียดซับซ้อน น่าเบื่อ ไม่สนุก
- การถูกทำให้เสียหน้า การถูกลดค่าหรือเห็นว่าตนไม่มีความสำคัญ
- ถูกจำกัดความรับผิดชอบ การถูกตรวจสอบและก้าวก่ายอำนาจ
- การถูกจำกัดการใช้ทรัพยากร ไม่ได้รับการสนับสนุนทรัพยากร
- ถูกบังคับให้ทำในสิ่งที่ตนไม่เห็นด้วย หรือถูกบังคับให้ทำตาม

กราฟแสดงคุณลักษณะ





บทวิเคราะห์ลักษณะพฤติกรรม (Personality Analysis)

ลักษณะที่เด่นชัด (Prominent Traits)

เป็นลักษณะพฤติกรรมที่เป็นธรรมชาติของตนเอง และตนก็เห็นว่าตรงกับลักษณะที่ถูกคาดหวังให้แสดงออกตามบทบาทหน้าที่การทำงานหรือเหมาะสมกับสภาพการทำงานปัจจุบัน เป็นลักษณะส่วนตนที่สังเกตเห็นได้ค่อนข้างชัดเจน

จากกราฟแสดงให้เห็นถึงความเป็นไปได้ของลักษณะที่เด่นชัดดังต่อไปนี้

- มั่นใจ เชื่อมั่นในตนเอง
- รักษาสิทธิของตนเอง
- ริเริ่มสิ่งใหม่ๆ ไม่อยู่นิ่ง

ลักษณะไม่ถาวร (Transient Traits)

เป็นลักษณะพฤติกรรมที่อาจไม่ได้เป็นธรรมชาติของตนเอง แต่ตนเห็นควรที่จะปรับให้เหมาะสมตามบทบาทหน้าที่และสภาพการทำงานในปัจจุบัน ลักษณะดังกล่าวสามารถเปลี่ยนแปลงไปตามสภาพแวดล้อมที่อาจจะเปลี่ยนไป

จากกราฟแสดงให้เห็นถึงความเป็นไปได้ของลักษณะไม่ถาวรดังต่อไปนี้

- มองเรื่องต่างๆ ในแง่ดี
- เข้ากับผู้อื่นได้ง่าย
- เปิดเผย เป็นกันเอง

ลักษณะแฝง (Potential Traits)

เป็นลักษณะพฤติกรรมที่เป็นธรรมชาติของตนเอง แต่ตนอาจเห็นว่าไม่ควรที่จะแสดงออกในสภาพแวดล้อม หรือสภาพการทำงานในปัจจุบัน ลักษณะดังกล่าวนี้อาจปรากฏออกมาบ้างในบางเวลาเช่น ภายใต้สภาวะที่ตนรู้สึกกดดัน

จากกราฟแสดงให้เห็นถึงความเป็นไปได้ของลักษณะแฝงดังต่อไปนี้

ไม่ปรากฏลักษณะดังกล่าว

ลักษณะที่ไม่แสดง (Inactive Traits)

เป็นลักษณะพฤติกรรมที่ไม่เป็นธรรมชาติของตนเอง และตนก็ไม่ได้เห็นถึงความจำเป็นที่จะต้องแสดงลักษณะเหล่านี้ออกมาในสภาพแวดล้อมหรือสภาพการทำงานในปัจจุบัน

จากกราฟแสดงให้เห็นถึงความเป็นไปได้ของลักษณะที่ไม่แสดงดังต่อไปนี้

- เข้าใจความรู้สึกผู้อื่น
- มีหลักการ มุ่งเน้นคุณภาพ
- ผูกพัน เน้นความเป็นทีม
- คิดวิเคราะห์ หาเหตุผล
- สม่่าเสมอ คงเส้นคงวา
- อ่อนไหว ใส่ใจรับรู้กับสิ่งที่เกิดขึ้น

ความตึงและความยืดหยุ่นของผู้มีกราฟรูปแบบนี้

ความตึง (Tension) เกิดจากการใส่ความพยายามของตน เนื่องจากจำเป็นต้องปรับเปลี่ยนพฤติกรรม การแสดงออก ที่ต่างไปจากลักษณะพฤติกรรมที่เป็นธรรมชาติ ระดับความตึงที่สูงอาจส่งผลให้เกิดความกดดัน และความเครียด ส่วนความยืดหยุ่น (Adaptability) ถ้ามีค่าสูงจะเป็นตัวช่วยเสริมให้สามารถรับแรงกดดันจากการที่ต้องปรับเปลี่ยนพฤติกรรมได้ดีขึ้น เกณฑ์ความตึงที่เริ่มจัดว่าสูง จะมีค่าตั้งแต่ 20% ขึ้นไป

										ความตึง	20%
10	20	30	40	50	60	70	80	90	100	ความยืดหยุ่น	60%

สาเหตุที่อาจเป็นไปได้ที่ทำให้เกิดความตึง: ถูกคาดหวังให้แสดงออกโดย ให้เพิ่มความยืดหยุ่น ให้เพิ่ม ความรวดเร็ว ในการตอบสนอง แสดงความกระตือรือร้น คล่องแคล่ว ให้อัตโนมัติ เปิดรับการเปลี่ยนแปลง เตรียมพร้อมเสมอ

แนวโน้มรูปแบบการทำงาน: คุณ ตัวอย่าง

การสื่อสาร (Communicating)

- ถนัดการสื่อสารเชิงชี้แนะ เน้นที่ข้อเท็จจริง ตรงไปตรงมา ชัดเจน เปิดเผย
- มักจะเลือกฟังหรือจำ เฉพาะเรื่องที่ตนสนใจ ไม่ชอบถูกขัดจังหวะแต่อาจเป็นผู้ขัดจังหวะผู้อื่น
- แสดงความคิดเห็นและความรู้สึกอย่างเปิดเผย มั่นใจในสิ่งที่ตนกำลังสื่อสาร
- เปลี่ยนเรื่องคุยจากหัวข้อหนึ่งไปอีกหัวข้อหนึ่งได้อย่างรวดเร็ว
- ในสถานการณ์ผ่อนคลาย มักสื่อสารโดยใช้รูปแบบที่ไม่เป็นทางการ ให้ความเป็นกันเอง เมื่อจำเป็นก็สามารถปรับลักษณะการสื่อสารมาเป็นแบบจริงจัง กระชับ สั้นการ เพื่อจะเข้าควบคุมสถานการณ์และสภาพแวดล้อม
- นำเสนองานเป็นภาพใหญ่ เน้นให้เห็นวัตถุประสงค์และผลลัพธ์ที่คาดว่าจะได้รับ
- สนใจทศรूपและกิจกรรม มากกว่ารายละเอียดปลีกย่อย

การแก้ปัญหา (Problem Solving)

- มักต้องการแก้ปัญหาให้เสร็จโดยเร็ว โดยอาจมองหาวิธีรวบรัด เพื่อที่จะได้ไปทำเรื่องอื่นต่อ
- มั่นใจในความสามารถของตนในการหาทางแก้ปัญหา มั่นใจในฝีมือตนเอง
- มองปัญหาและอุปสรรคเป็นความท้าทายอย่างหนึ่ง ที่ต้องการจะเอาชนะ มุ่งมั่นแก้ไขปัญหา
- กล้าที่จะลองใช้แนวทางใหม่ๆ แนวทางสร้างสรรค์ในการแก้ปัญหา ไม่ยึดติดวิธีการเดิมที่เคยปฏิบัติมา
- อาจละเลยกฎระเบียบที่กีดขวางการไปถึงเป้าหมายของตน ใช้อำนาจเกินตัว
- สามารถรับมือกับปัญหาเร่งด่วนและสถานการณ์ฉุกเฉินได้รวดเร็ว
- อาจประเมินปัญหาย่ำแย่เกินไป หรือประเมินความรุนแรงของปัญหาลดเกินไป
- คิดเร็ว ทำเร็วเกิน ไม่เน้นการลงรายละเอียด อาจมองข้ามข้อมูลบางจุดที่สำคัญ
- อาจทิ้งปัญหา ถ้ามองแล้วว่าปัญหานั้นเล็กน้อย ไม่น่าสนใจ ไม่คุ้ม หรือไม่ท้าทายความสามารถของตน

การตัดสินใจ (Decision Making)

- มีความรับผิดชอบในตัวเองสูง จึงให้ความสำคัญและจริงจังกับการตัดสินใจอย่างมาก
- มีแนวโน้มเข้าไปบงการการตัดสินใจของผู้อื่น โดยพยายามที่จะไปเปลี่ยนแปลงความคิดผู้อื่นให้คล้ายตามความคิดของตน
- มองการตัดสินใจเป็นส่วนหนึ่งของการได้เข้าไป 'ควบคุม' สถานการณ์ ซึ่งเป็นพฤติกรรมที่ถนัด
- รับความเสี่ยงได้สูง กล้าเปลี่ยนแปลง โดยยอมรับว่าการตัดสินใจในทุกๆ เรื่องไม่จำเป็นว่าจะต้องถูกต้องหรือสมบูรณ์แบบเสมอไป
- รู้จักใช้อำนาจในหน้าที่ของตนและเครือข่ายสัมพันธ์ เอื้อประโยชน์การตัดสินใจของตนอย่างเต็มที่
- มักสรุปเรื่อง ตัดสินใจเร็ว โดยไม่ได้พิจารณาข้อเท็จจริงให้ถี่ถ้วน ประเมินข้อดีข้อเสียของแต่ละทางเลือกอย่างคร่าวๆ อาจทำให้คุณภาพของการตัดสินใจไม่ดีนัก
- ขอความคิดเห็นจากผู้อื่น แต่เพียงเพื่อยืนยันข้อสรุป การตัดสินใจที่ตนเองมีอยู่แล้ว
- ตัดสินใจโดยมุ่งเน้นที่ผลลัพธ์ของงาน จึงอาจไม่เป็นที่ชื่นชอบ ทำให้ผู้อื่นเกิดความอึดอัดใจ

การวางแผนและบริหารเวลา (Planning and Managing Time)

- ต้องการเป็นผู้ควบคุมแนวทาง และวางแผนงานด้วยตนเอง เนื่องจากมั่นใจในความสามารถของตน และให้แน่ใจว่างานประสบผลสำเร็จตามเป้าหมาย
- มองภาพใหญ่ ชอบวางแผนและกำหนดกลยุทธ์ แต่มักไม่เน้นการลงรายละเอียดในแผน
- อาจมองข้ามข้อจำกัดต่างๆ ที่มีอยู่ จึงไม่นำมาประกอบในการวางแผน
- วางแผน โดยเน้นประสิทธิภาพ ผลิตผล และความสำเร็จ
- เร่งรีบ ใจร้อน จนทำให้ผู้อื่นที่ทำงานด้วยรู้สึกเหน็ดเหนื่อย ลำบาก
- สามารถริเริ่มภารกิจหรือโครงการใหม่ๆ ได้ด้วยตัวเอง
- ไม่ชอบถูกรบกวนขัดจังหวะ ขัดขวาง มองว่าเป็นการทำให้ตนเองเสียเวลา
- อาจประเมินความยุ่งยากซับซ้อนของแผนปฏิบัติต่ำเกินไปจริง

การพัฒนาทีมงาน (Developing People and Team)

- วางเป้าหมายพัฒนาสูง คาดหวังสูง
- สร้างความรู้สึกร่วม กระตุ้นบันดาลใจทีมงานให้เกิดความมุ่งมั่น
- เน้นประสิทธิภาพและความฉับไวของทีมงาน เน้นทีมงานให้ตอบรับสิ่งแปลกใหม่และการเปลี่ยนแปลงได้เร็ว
- กล้าที่จะใช้แนวทางที่แตกต่างจากเดิมในการพัฒนาบุคลากร
- พุดคุยบ่อยและแสดงความรู้สึกชื่นชมอย่างเปิดเผยในสิ่งที่ทำได้ โดยเน้นที่ผลงาน
- มองผู้ที่คิดช้า ไม่ว่องไว หรือผู้ที่ก้าวตามตนไม่ทัน เป็นผู้ที่ไม่สร้างประสิทธิภาพ
- ประเมินผู้อื่นจากความสามารถในการสร้างผลสำเร็จ

การโน้มน้าวและจูงใจผู้อื่น (Influencing and Motivating Others)

- ถ่ายทอดความเข้มแข็ง และความมั่นใจเพื่อชักนำผู้อื่นให้คล้อยตาม
- มักโน้มน้าว กระตุ้นผู้อื่นโดยใช้ความสำเร็จ ชัยชนะ หรือผลงาน
- สามารถปรับเปลี่ยนบุคลิก การแสดงออกหรือภาพลักษณ์ให้เหมาะสมกับสถานการณ์ รู้จุดยืนของตนว่าทำอะไรไปเพื่อตอบสนองเรื่องอะไร
- เปิดเผยตัวเอง สร้างความน่าเชื่อถือต่อผู้อื่น ทำให้ง่ายต่อการชักชวน
- จับจุดแรงจูงใจของผู้อื่นได้เก่ง และใช้แรงจูงใจนั้นนำไปสู่แนวทางที่ตนเองได้กะเกณฑ์เอาไว้
- พยายามที่จะไปเปลี่ยนแปลงความคิดและการกระทำของผู้อื่น และกระตุ้นให้ผู้อื่นทำงานให้สำเร็จตามเป้าหมาย จึงมักไปกระทบความรู้สึกผู้อื่นได้ง่าย
- พยายามใช้การพูดจาหวานล่อม แต่มักไม่ใช้เวลาในการโน้มนำนาน ไม่ค่อยอดทนกับผู้อื่น โดยเฉพาะผู้ที่เฉื่อยชา อ้อมค้อม
- แนวโน้มแสดงความไม่พอใจหรือหงุดหงิด ถ้าผู้อื่นไม่เห็นด้วยกับสิ่งที่ตนเสนอออกไป
- ในสถานการณ์ที่ตนคิดว่าคับขัน อาจใช้อำนาจเชิงบังคับให้ผู้อื่นทำตามแนวทางของตน

ข้อแนะนำในการลดความกังวล จัดการกับความเครียด (Guidelines for Stress Handling)

- เปิดรับความรู้สึกผู้อื่น ทำความเข้าใจความจำเป็นและข้อจำกัดของผู้อื่น
- ฝึกอดทนอดกลั้น ควบคุมอารมณ์ตัวเอง หมั่นสังเกตความรู้สึกที่รุนแรงของตน และผลกระทบของความรุนแรงที่มีต่อผู้อื่น
- มีสมาธิ ใช้เวลาพิจารณาเหตุการณ์หรือเรื่องราวที่ก่อให้เกิดความกังวล
- ฝึกที่จะรอคอยและตั้งใจฟังผู้อื่นก่อนตอบโต้ใดๆ การโต้ตอบที่ช้าลงจะช่วยลดการหุนหันพลันแล่นได้
- ผ่อนตัวเอง ปรับจังหวะให้ช้าลงบ้าง เพื่อลดทอนความเครียดในตัวเองและผู้คนรอบข้าง
- ยืดหยุ่นตัวเอง ปล่อยวาง ลดทอนการเข้าควบคุม เรียนรู้ที่จะประนีประนอม
- จัดเวลาว่างไปพักผ่อน เปลี่ยนบรรยากาศ คลายเครียด

ส่วนที่ 2

การปรับเพื่อการทำงานร่วมกันในทีม - Styles Adaptability

ในส่วนนี้จะเป็นการแสดงข้อมูลเกี่ยวกับ

- สไตล์การขาย/การให้บริการของผู้ทำแบบประเมิน
- วิธีการสังเกตรูปแบบของลูกค้า
- ความคาดหวังของลูกค้าแต่ละรูปแบบ
- การปรับเข้ากับลูกค้าแต่ละรูปแบบ

สไตล์การขาย/การให้บริการของผู้ทำแบบประเมิน

ในแต่ละสไตล์มีแนวโน้มที่จะให้ความสำคัญกับประเด็นที่ต่างกัน ลักษณะที่แสดงออกมาโดยปกติก็จะมี ความสอดคล้องกับเรื่องที่เราให้ความสำคัญนั้นๆ ที่เป็นข้อดีหรือจุดเด่นอย่างมากมา อย่างไรก็ตามอาจจะมีอีกหลายๆประเด็นที่มีความสำคัญเช่นกัน ที่คนแต่ละสไตล์อาจจะเลย ทำให้เกิดผลกระทบเชิงลบกับ ประสิทธิภาพการขายหรือการให้บริการ ถ้าทราบเราก็จะสามารถระมัดระวังและนำข้อมูลไปประยุกต์ใช้ ให้เกิดประโยชน์ต่อไป

วิธีการสังเกตรูปแบบของลูกค้า

แสดงวิธีสังเกตลักษณะโดยรวมของลูกค้าที่มีรูปแบบต่างกัน รวมไปถึงการสังเกตความแตกต่างจากการพูด น้ำเสียง และท่าทาง

ความคาดหวังของลูกค้าแต่ละรูปแบบ

นักขายที่มีสไตล์ที่ต่างกันจะให้ความสำคัญกับประเด็นที่ต่างกัน ในทำนองเดียวกันกับลูกค้าที่มี รูปแบบที่ต่างกันก็มีแนวโน้มจะให้ความสำคัญ และมีความคาดหวังในตัวผู้ขายและการให้บริการที่ ต่างกัน

การปรับเข้ากับลูกค้าแต่ละรูปแบบ

การที่เราสามารถอ่านวิเคราะห์รูปแบบของลูกค้าได้ เข้าใจถึงความคาดหวังต้องการ ก็จะช่วยให้เราสามารถปรับ รูปแบบการขาย/การให้บริการ ปรับพฤติกรรมการทำงาน ต่อลูกค้าได้อย่างเหมาะสม เป็นการเพิ่มประสิทธิภาพ ในการทำหน้าที่ของนักขายให้ดียิ่งขึ้นไปอีก โดยส่วนนี้จะแสดงการปฏิบัติต่อลูกค้ารูปแบบต่างๆ ใน 5 ขั้นตอน ของกระบวนการขาย

สไตล์การขาย (Sales Style)

ผู้ที่มีกราฟรูปแบบนี้มีความเป็นตัวของตัวเองสูง มั่นใจในตัวเอง ตรงไปตรงมา มีความสนใจหลากหลาย ต้องการผลลัพธ์โดยเร็ว ให้ความสำคัญกับเรื่องเวลา ชอบลงมือทำ ไม่ชอบหยุดนิ่ง กระฉับกระเฉง ในบริบทของการขาย/การให้บริการมีแนวโน้มให้ความสำคัญกับ การลงมือปฏิบัติ (Implementation) การบรรลุวัตถุประสงค์ (Result) และความกระตือรือร้น (Enthusiasm)

ลักษณะที่ถูกระบุออกมาเนื่องจากการให้ความสำคัญกับประเด็นดังกล่าวข้างต้น ที่ถูกมองว่าเป็นข้อดีคือ

การให้ความสำคัญกับ “การลงมือปฏิบัติ” (Implementation)

- นำเสนอบทสรุปคุณสมบัติผลิตภัณฑ์หรือบริการ เป็นภาพรวม กระชับ รวดเร็ว
- นำเสนอแผน ที่นำไปสู่การปฏิบัติได้อย่างเป็นรูปธรรม
- ลงมือปฏิบัติตามข้อตกลงอย่างรวดเร็ว
- แสดงไหวพริบปฏิภาณจัดการกับปัญหาเฉพาะหน้าได้ดี
- ตอบสนองต่อสถานการณ์ หรือความต้องการที่เร่งด่วนของลูกค้าได้ดี

การให้ความสำคัญกับ “การบรรลุวัตถุประสงค์” (Result)

- การสื่อสาร การแสดงออก มุ่งไปที่ผลลัพธ์หรือเป้าหมายที่สำคัญ
- เชื่อมโยงความต้องการของลูกค้ากับผลิตภัณฑ์หรือบริการที่มีอยู่ได้อย่างรวดเร็ว
- ช่วยดึงความสนใจลูกค้าไปที่ผลลัพธ์ที่ลูกค้าต้องการ
- นำเสนอทางเลือกหลากหลายเพื่อให้ลูกค้าตัดสินใจ
- พยายามสาธิตให้ลูกค้าเห็นว่าสิ่งที่เสนอไปสามารถตอบโจทย์ตรงตามที่ต้องการ

การให้ความสำคัญกับ “ความกระตือรือร้น” (Enthusiasm)

- กระตือรือร้นในการกระตุ้นให้ลูกค้าแสดงความคิดเห็นหรือพูดคุย
- นำเสนอทางเลือกหลากหลายอย่างสร้างสรรค์
- สามารถดึงความสนใจของลูกค้า ให้สนใจในสิ่งที่ตนนำเสนออยู่
- แสดงออกถึงทัศนคติเชิงบวก ว่า “ทำได้” เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า หรือการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้น

สไตล์การขาย (Sales Style)

ในขณะเดียวกันที่เราให้ความสำคัญกับบางสิ่งบางอย่าง ก็อาจจะมีบางประเด็นซึ่งมีความสำคัญเช่นกัน ที่อาจถูกละเลย ประเด็นที่อาจถูกละเลยสำหรับผู้ที่มีกราฟรูปแบบนี้คือ ละเลยการให้ความสำคัญกับความน่าเชื่อถือ (Reliability) ความจริงใจ (Sincerity) และคุณภาพ มาตรฐาน (Quality)

ลักษณะที่แสดงออกมาเนื่องจากละเลยการให้ความสำคัญกับประเด็นดังกล่าวข้างต้น ซึ่งอาจก่อให้เกิดผลเสียคือ

ละเลยการให้ความสำคัญกับ “ความน่าเชื่อถือ” (Reliability)

- อาจมองข้ามรายละเอียดในการบริการหรือให้คำปรึกษากับลูกค้า
- อาจพูดแทรก ชื่นนำ หรือไม่คอยฟังลูกค้าอย่างตั้งใจ
- พูดหรือเปลี่ยนเรื่องเร็วเกินไปจนลูกค้าตามไม่ทัน
- การดำเนินการที่รวดเร็ว อาจทำให้ลูกค้าเกิดความไม่มั่นใจในผลลัพธ์ที่เกิดขึ้น
- อาจแสดงอาการไม่พอใจ ในการไม่ตัดสินใจ หรือไม่มีทิศทางที่ชัดเจนจากลูกค้า

ละเลยการให้ความสำคัญกับ “ความจริงใจ” (Sincerity)

- แสดงอาการ ลักษณะแสดงออกที่รวบรัดเพื่อให้ได้คำตอบหรือข้อตกลง
- อาจแสดงอาการไม่พอใจ ถ้าการพูดคุยธุรกิจยืดเยื้อ หาข้อสรุปไม่ได้
- มุ่งไปยังผลลัพธ์ที่ต้องการ จนลืมนสนใจปฏิกิริยาของลูกค้า
- การรับปากหรือให้สัญญาเพื่อให้ได้มาซึ่งผลลัพธ์ที่ต้องการ อาจเกิดความเสี่ยงมากเกินไป
- น้ำเสียง ท่าทางที่แสดงออกมา อาจทำให้ลูกค้ารู้สึกว่าถูกรุ้ร่า เร่งรัด
- ลูกค้าอาจรู้สึกวุ่นวาย เปรียบ เมื่อถูกทำให้ต้องตัดสินใจอย่างรวดเร็ว

ละเลยการให้ความสำคัญกับ “คุณภาพ มาตรฐาน” (Quality)

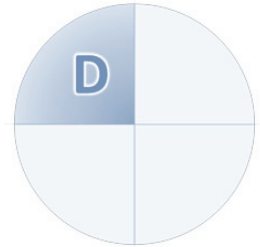
- สนทนาสัพเพเหระกับลูกค้ามากเกินไป อาจไม่มีเวลาให้ความสำคัญกับรายละเอียด และ คุณภาพของผลิตภัณฑ์หรือบริการ
- อาจละเลย มองข้ามรายละเอียดในเงื่อนไขหรือข้อตกลงการค้า
- อาจละเลยการควบคุมอารมณ์ การแสดงออกทางสีหน้าท่าทางต่างๆ
- การแสดงออกที่กระตือรือร้นและมองเชิงบวกมากเกินไป อาจทำให้ลูกค้าเกิดความไม่แน่ใจในคุณภาพที่จะออกมา

วิธีการสังเกตรูปแบบของลูกค้า (Customer's Style Identification)

เราสามารถเข้าใจรูปแบบของลูกค้า ได้ด้วยวิธีการเดียวกันกับวิธีที่ทำให้เราเข้าใจสไตล์การขาย/การให้บริการของนักขาย ในส่วนนี้จะช่วยให้เรารู้จักลูกค้าที่มีรูปแบบที่แตกต่างกัน รวมไปถึงเข้าใจถึงลำดับความสำคัญและความคาดหวังของลูกค้าในแต่ละรูปแบบ

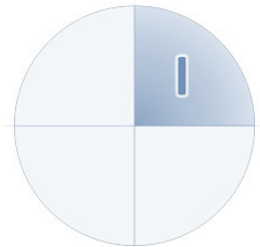
ลูกค้ารูปแบบ D

ลูกค้ารูปแบบ D มีแนวโน้มเป็นคนที่มีความเชื่อมั่นในตัวเอง กล้าพูด แสดงความคิดเห็น รู้เป้าหมายและความต้องการของตัวเอง และมักตัดสินใจได้อย่างรวดเร็ว ไม่ว่าจะเป็นเรื่องสำคัญหรือซับซ้อนก็ตาม มีความกล้าที่จะเสี่ยง มีแนวโน้มที่ชอบควบคุมหรือสั่งการ ซึ่งรวมถึงการมีอิทธิพลหรือเป็นผู้ควบคุมในวงสนทนาด้วย



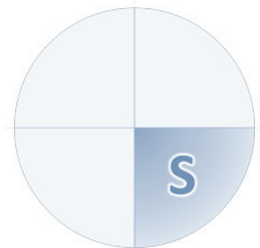
ลูกค้ารูปแบบ I

ลูกค้ารูปแบบ I มีแนวโน้มที่เป็นคนมองโลกในแง่ดี ชอบแสดงออก เปิดเผย กระตือรือร้น มักมองว่าการพบปะกับนักขายเป็นโอกาสเปิดหูเปิดตา และได้สร้างสัมพันธภาพที่ใกล้ชิดกันมากขึ้น ชอบการพูดทักทายหรือสนทนาสัพเพเหระก่อน ซึ่งอาจไม่เกี่ยวข้องกับประเด็นทางธุรกิจ พวกเขาชอบสนทนาในบรรยากาศเป็นมิตร สบายๆ ไม่เป็นทางการมากนัก



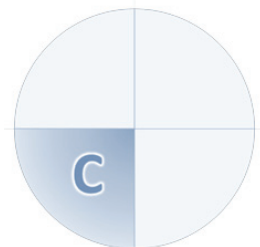
ลูกค้ารูปแบบ S

ลูกค้ารูปแบบ S มีแนวโน้มที่เป็นคนประนีประนอม อ่อนน้อม แม้ว่าพวกเขาดูเป็นคนง่ายๆ เป็นมิตร แต่ก็มักจะระแวงระวัง จนถึงขั้นอาจลังเลในการตัดสินใจ เป็นเพราะอยากจะให้แน่ใจว่าการตัดสินใจนั้นถูกต้องเหมาะสมก่อนที่จะทำข้อผูกมัดสัญญาใดๆ และบ่อยครั้งที่ลูกค้ารูปแบบ S มีแนวโน้มที่จะหลีกเลี่ยงการเปลี่ยนแปลง หรือลังเลที่จะลองใช้วิธีการใหม่ๆ



ลูกค้ารูปแบบ C

ลูกค้ารูปแบบ C มีแนวโน้มเป็นคนที่เงียบขรึม ครุ่นคิดวิเคราะห์ มีแนวความคิดที่เป็นระบบ พิจารณาทางเลือกอย่างรอบคอบ มักไม่ค่อยแสดงอาการพอใจอะไรออกมาอย่างโจ่งแจ้ง ถึงแม้ว่าสิ่งที่ได้รับเป็นสิ่งที่พวกเขาต้องการ มักยึดโยงข้อเท็จจริง ไม่ค่อยชอบการสนทนาสัพเพเหระหรือพูดคุยกันจนเหมือนเป็นการคุยเล่น มีแนวโน้มรู้สึกไม่สบายใจถ้าพยายามทำตัวใกล้ชิดพวกเขามากเกินไปหรือทำตัวสนิทสนมกับพวกเขาเร็วเกินไป ตัดสินใจตามข้อมูล เป้าประสงค์ที่ต้องการมากกว่าตามอารมณ์หรือความรู้สึก



สังเกตจากการพูด / น้ำเสียง / ท่าทาง (Observing Customer's Verbal, Tonality and Body language)

ลูก้ารูปแบบ D

การพูด

- กล้าพูด กล้าแสดงความเห็น
- สรุปประโยคที่คนอื่นพูด เพื่อเร่งพูดในประเด็นที่ตนต้องการแทน
- ตัดบท เปลี่ยนเรื่องพูดเป็นเรื่องที่ตนเองสนใจ
- ชอบบอกให้คนอื่นทำตามความเห็นตน
- เป็นคนตรงๆ พูดหรือถามสิ่งที่คนประเภทอื่นไม่กล้าถาม
- ไม่เก็บอารมณ์ สามารถแสดงออกถึงความพอใจและไม่พอใจได้ในทันที
- อาจใช้คำพูดเชิงท้าทาย เช่น อาจถามว่า “คุณแน่ใจในสิ่งที่คุณนำเสนอจริงหรือ?”
- ถามตรงไปที่ประเด็นสำคัญของเรื่องราว
- บอกในสิ่งที่เขาคิดอย่างตรงไปตรงมา พูดอย่างมั่นใจในตัวเอง
- เน้นประสิทธิภาพ และประโยชน์ที่จะได้รับ
- ไม่นั่นความสำคัญด้านสัมพันธภาพมากนัก

น้ำเสียง

- น้ำเสียงแข็ง ห้วนๆ ไม่นุ่มนวล
- สั้น กระชับ เสียงดัง
- เสียงดูมีอำนาจ หรือกดดัน อาจฟังดูท้าทาย

ท่าทาง

- ออกอาการเร่ร่อน ไม่อดทน
- ขยับตัวรวดเร็ว ดูกระฉับกระเฉง
- สีหน้าและสายตาดูเอาจริงเอาจัง แสดงความมั่นใจ
- นั่งโน้มตัวมาข้างหน้า จ้องหน้า สบตา

สังเกตจากการพูด / น้ำเสียง / ท่าทาง (Observing Customer's Verbal, Tonality and Body language)

สังเกตจากการพูด / น้ำเสียง / ท่าทาง (Observing Customer's Verbal, Tonality and Body language)

๒ ลูกคารูปแบบ S

การพูด

- [illegible]

น้ำเสียง

- [illegible]

ท่าทาง

- **အပိုင်း (၁) အကျဉ်းချုပ်**
- **အပိုင်း (၂) အကျဉ်းချုပ်**
- **အပိုင်း (၃) အကျဉ်းချုပ်**
- **အပိုင်း (၄) အကျဉ်းချုပ်**
- **အပိုင်း (၅) အကျဉ်းချုပ်**
- **အပိုင်း (၆) အကျဉ်းချုပ်**

ความคาดหวังของลูกค้าแต่ละรูปแบบ (Expectation of Styles Adaptability) : D

ลูกค้าก็มีความแตกต่างกัน แต่ละรูปแบบก็มีความคาดหวัง ให้ความสำคัญในประเด็นต่างๆ ไม่เหมือนกัน การเข้าใจความคาดหวังของลูกค้าก็จะช่วยให้เราสามารถปรับรูปแบบในการสื่อสาร การขาย หรือให้บริการ ได้เหมาะสมมากยิ่งขึ้น

ลูกค้ารูปแบบ D ให้ความสำคัญกับ

“ผลลัพธ์สุดท้ายที่ได้รับ”

ลูกค้ารูปแบบ D มีแนวโน้มให้ความสำคัญกับผลลัพธ์ที่ชัดเจน ต้องการที่จะรู้ว่าผลิตภัณฑ์หรือสินค้าบริการนั้นมีส่วนเสริมหรือมีผลกระทบอย่างไรกับธุรกิจของเขา พวกเขาอยากเห็นพัฒนาการ และผลตอบแทนต่อการลงทุนที่รวดเร็วฉับไว ลูกค้ารูปแบบนี้มักเคลือบแคลงใจ กับคนที่แสดงออกเกินเลยหรือพูดโอ้อวดเกินจริง โดยปกติจะมีเป้าหมายในใจอยู่แล้ว และมักตัดสินใจโดยอิงจากหนทางที่จะช่วยให้พวกเขาประสบความสำเร็จอย่างชัดเจน และเป็นรูปธรรม

“ความรู้ความเชี่ยวชาญในผลิตภัณฑ์หรือบริการของนักขาย”

ลูกค้ารูปแบบ D มีแนวโน้มที่จะให้ความสำคัญกับความรู้ความสามารถของนักขาย และมักใช้เป็นสิ่งชี้วัดระดับการให้ความเชื่อมั่น ว่านักขายจะสามารถตอบสนองความต้องการ หรือตอบสนองผลประโยชน์ให้พวกเขาได้มากน้อยเพียงใด พวกเขามักลังเลที่จะให้โอกาสแก่ตัวต้วถั่วว่านักขายทำผิดพลาดในเรื่องสำคัญทางธุรกิจ โดยทั่วไปแล้วลูกค้ารูปแบบนี้ คาดหวังว่านักขายจะต้องสร้างการยอมรับ ความน่าเชื่อถือให้เกิดขึ้น ถ้านักขายเหล่านั้นต้องการได้รับใบสั่งซื้อจากพวกเขา

“การลงมือปฏิบัติที่รวดเร็ว เห็นผล”

ลูกค้ารูปแบบ D มีแนวโน้มที่จะชอบการลงมือปฏิบัติ พวกเขามักไม่ค่อยอดทนกับการเจรจาที่ยาว ลงรายละเอียดเชิงลึก ต้องการรับรู้แค่ประเด็นสำคัญๆ หรือส่วนที่จำเป็นซึ่งจะช่วยให้เขาสามารถตัดสินใจได้รวดเร็ว ทันท่วงทีที่ตกลงใจไปแล้ว ยากที่พวกเขาจะเปลี่ยนใจ มักรู้สึกหงุดหงิดใจถ้าถูกท้วงติงให้พิจารณาข้อมูลเพิ่มเติมหรือต้องทำการตัดสินใจใหม่ ลูกค้ารูปแบบนี้ไม่ค่อยชอบโครงการที่ต้องมีการเตรียมการมากมายหลายขั้นตอน ชอบที่จะตัดสินใจและลงมือดำเนินการ เพื่อให้มีความคืบหน้าอย่างรวดเร็ว

ความคาดหวังของลูกค้าแต่ละรูปแบบ (Expectation of Styles Adaptability) :

ลูกค้าก็มีความแตกต่างกัน แต่ละรูปแบบก็มีความคาดหวัง ให้ความสำคัญในประเด็นต่างๆ ไม่เหมือนกัน การเข้าใจความคาดหวังของลูกค้าก็จะช่วยให้เราสามารถปรับรูปแบบในการสื่อสาร การขาย หรือให้บริการ ได้เหมาะสมมากยิ่งขึ้น

ลูกค้ารูปแบบ 1 ให้ความสำคัญกับ

“ความสามารถในการปรับรูปแบบ”

ลูกค้ารูปแบบ : เป็นกลุ่มที่ให้ความสำคัญในการปรับรูปแบบ เป็นอันดับแรกๆ เพราะเขาต้องการที่จะปรับรูปแบบในการให้บริการเป็นอันดับแรกๆ สามารถปรับรูปแบบได้ตามความต้องการได้ อาจไม่มีความรู้หรือมีความรู้เฉพาะด้านมากนัก เป็นสิ่งที่จะต้องพิจารณาเป็นพิเศษ ลูกค้ารูปแบบ : ต้องการความสามารถในการปรับรูปแบบในการให้บริการเป็นอันดับแรกๆ ไม่ค่อยมีความรู้หรือมีความรู้เฉพาะด้านมากนัก การให้บริการจะต้องเป็นไปตามความต้องการของลูกค้าเป็นหลัก

“การตอบสนองความต้องการเฉพาะ”

ลูกค้ารูปแบบ : ให้ความสำคัญในการตอบสนองความต้องการเฉพาะ เป็นอันดับแรกๆ เพราะเขาต้องการที่จะตอบสนองความต้องการเฉพาะของลูกค้าได้ อาจไม่มีความรู้หรือมีความรู้เฉพาะด้านมากนัก เป็นสิ่งที่จะต้องพิจารณาเป็นพิเศษ ลูกค้ารูปแบบ : ต้องการความสามารถในการตอบสนองความต้องการเฉพาะของลูกค้าเป็นอันดับแรกๆ ไม่ค่อยมีความรู้หรือมีความรู้เฉพาะด้านมากนัก การให้บริการจะต้องเป็นไปตามความต้องการของลูกค้าเป็นหลัก

“สิ่งที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะ”

ลูกค้ารูปแบบ : ให้ความสำคัญในการเป็นสิ่งที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะ เป็นอันดับแรกๆ เพราะเขาต้องการที่จะตอบสนองความต้องการเฉพาะของลูกค้าได้ อาจไม่มีความรู้หรือมีความรู้เฉพาะด้านมากนัก เป็นสิ่งที่จะต้องพิจารณาเป็นพิเศษ ลูกค้ารูปแบบ : ต้องการความสามารถในการตอบสนองความต้องการเฉพาะของลูกค้าเป็นอันดับแรกๆ ไม่ค่อยมีความรู้หรือมีความรู้เฉพาะด้านมากนัก การให้บริการจะต้องเป็นไปตามความต้องการของลูกค้าเป็นหลัก

ความคาดหวังของลูกค้าแต่ละรูปแบบ (Expectation of Styles Adaptability) : C

ลูกค้าก็มีความแตกต่างกัน แต่แต่ละรูปแบบก็มีความคาดหวัง ให้ความสำคัญในประเด็นต่างๆ ไม่เหมือนกัน การเข้าใจความคาดหวังของลูกค้าก็จะช่วยให้เราสามารถปรับรูปแบบในการสื่อสาร การขาย หรือให้บริการ ได้เหมาะสมมากยิ่งขึ้น

ลูกค้ารูปแบบ C ให้ความสำคัญกับ

“คุณภาพมาตรฐานของสินค้าและบริการ”

ลูกค้ารูปแบบ C ให้ความสำคัญกับคุณภาพ มาตรฐาน บริการ ในชีวิตประจำวัน สิ่งที่สำคัญกับลูกค้าคือคุณภาพของสินค้าและบริการที่ได้รับ การที่ลูกค้าได้ใช้สินค้าและบริการที่มีคุณภาพดี จะทำให้ลูกค้ามีความพึงพอใจในสินค้าและบริการที่ได้รับ และลูกค้าก็จะกลับมาใช้บริการซ้ำๆ กัน

“ความคุ้มค่าของสินค้าและบริการ”

ลูกค้ารูปแบบ C ต้องการสินค้าและบริการที่มีความคุ้มค่าในแง่ของราคาและคุณภาพ สิ่งที่สำคัญกับลูกค้าคือความคุ้มค่าของสินค้าและบริการที่ได้รับ การที่ลูกค้าได้ใช้สินค้าและบริการที่มีความคุ้มค่า จะทำให้ลูกค้ามีความพึงพอใจในสินค้าและบริการที่ได้รับ และลูกค้าก็จะกลับมาใช้บริการซ้ำๆ กัน

“ความพึงพอใจในการใช้บริการ”

ลูกค้ารูปแบบ C มีความพึงพอใจในการใช้บริการ สิ่งที่สำคัญกับลูกค้าคือความพึงพอใจในการใช้บริการ การที่ลูกค้าได้ใช้บริการที่มีความพึงพอใจ จะทำให้ลูกค้ามีความพึงพอใจในสินค้าและบริการที่ได้รับ และลูกค้าก็จะกลับมาใช้บริการซ้ำๆ กัน

ปรับเข้ากับลูกค้าแต่ละรูปแบบ (Styles Adaptability)

กับลูกค้ารูปแบบ D

ลูกค้ารูปแบบ D ต้องการที่จะรู้ประเด็นสำคัญๆ และสิ่งที่ตนจะได้รับในที่สุด รีบเร่ง ใจร้อนและไม่ค่อยอดทน

ลูกค้ารูปแบบ D ไม่ชอบคนที่ พูดมาก มีแต่น้ำไม่ม้นเนื้อ อารมณ์ขมขื่นมากมาย ไม่เข้าเรื่อง ไม่ตรงประเด็น ขำอืดอาด เรื่องมากเรื่องเยอะ ไม่คม ไม่ทันเกม

การปฏิบัติต่อลูกค้ารูปแบบ D ใน 5 ขั้นตอนของกระบวนการขาย (5 steps of selling cycle)

ขั้น 1 : Making contact ติดต่อลูกค้า / ทำความรู้จัก

- ทำการติดต่อนัดหมายอย่างเป็นทางการ และรักษาเวลาตามนัด
- ตรงประเด็น
- เน้นประสิทธิภาพ การคุ้มค่า การประหยัดเวลาและประโยชน์ที่ลูกค้าจะได้รับ
- จำกัดระยะเวลาที่ใช้ในการสนทนา (ลูกค้าประเภทนี้ใส่ใจเรื่องเวลา)
- เตรียมการนำเสนอให้ดีกว่าก่อนเข้าพบ
- ลูกค้ารูปแบบ D มักจะแว่หรือตั้งข้อสงสัยในความรู้ความสามารถของผู้ขาย ฉะนั้นจึงมั่นใจในการนำเสนอขาย
- นำเสนอภาพรวม เพิ่มความน่าสนใจโดยการเน้นที่ประโยชน์

ขั้น 2 : Studying needs ค้นหาความต้องการของลูกค้า

- ค้นหาความต้องการของลูกค้า โดยการตั้งคำถามที่น่าสนใจ และเจาะจง
- ให้ข้อมูลเสริม
- คำถามควรตรงประเด็น เป็นเหตุเป็นผล
- ตั้งคำถามขึ้นที่เปิดโอกาสให้ลูกค้าพูดถึงแนวทางธุรกิจและเป้าหมาย
- แสดงออกให้ลูกค้าเห็นว่าผู้ขายได้เตรียมตัวตอบคำถามของลูกค้ามาเป็นอย่างดี
- ถ้าต้องให้ข้อมูล รายละเอียดของสินค้า ให้สรุปใจความให้ด้วย สรุปอย่างกระชับ ได้ใจความชัดเจน

ขั้น 3 : Proposing solutions นำเสนอทางเลือก

- ทำข้อมูลนำเสนอโดยเน้นประเด็นที่ลูกค้าให้ความสำคัญ (ประสิทธิภาพ ผลประโยชน์ การช่วยประหยัดเวลา...)
- ทำการวิเคราะห์และทำข้อสรุปทางเลือกให้ลูกค้าพิจารณา
- ระบุงการพูดนอกเรื่อง คลุมเครือ เยิ่นเย้อ
- พูดกระชับได้ใจความ สรุปประเด็นให้เร็ว
- ฝากเอกสารเอาไว้ให้ลูกค้าพิจารณา โดยผู้ขายอาจทำเครื่องหมายเน้นข้อความสำคัญไว้ในเอกสาร

ขั้น 4 : Gaining commitment ปิดการขาย

- ถามความสนใจในสินค้า
- เสนอทางเลือกพร้อมข้อมูลสนับสนุน แล้วปล่อยให้ลูกค้าเป็นผู้ตัดสินใจ
- อย่าท้าทาย หรือต้อน หรือกดดันลูกค้าประเภทนี้ (ลูกค้าประเภทนี้ไม่ต้องการเสียอำนาจควบคุม)
- แสดงออกให้ลูกค้าเห็นว่าเราถือไพ่เหนือกว่า และยอมให้ลูกค้า “รู้สึก” ว่าตนเป็นฝ่ายชนะการต่อรอง
- ลูกค้าประเภทนี้ตัดสินใจไว ถ้ายังไม่ให้คำตอบใดๆ อาจเพราะข้อมูลไม่เพียงพอ หรือไม่พอใจ

ขั้น 5 : Assuring satisfaction สร้างความพึงพอใจ / รักษาลูกค้า

- ติดตามผลการใช้สินค้าและความพึงพอใจในประสิทธิภาพของสินค้ากับลูกค้า
- ถ้าลูกค้าพบปัญหาการใช้สินค้า ให้รีบจัดการแก้ไขโดยเร็ว
- เน้นบริการหลังการขายอย่างเต็มที่
- การอ้างถึงประวัติการขายครั้งที่ผ่านมา อาจไม่มีส่วนช่วยให้ลูกค้าประเภทนี้พึงพอใจ
- แนะนำสินค้า/บริการใหม่ๆ ที่สามารถเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานของลูกค้า

กับลูกค้ารูปแบบ I

ขั้น 4 : Gaining commitment ปิดการขาย

- สาธิตการใช้งานผลิตภัณฑ์ให้ลูกค้าเห็น
- ชี้แจงประโยชน์และข้อดีของผลิตภัณฑ์
- ชี้แจงรายละเอียดของผลิตภัณฑ์
- ชี้แจงการรับประกันและเงื่อนไขการบริการ

ขั้น 5 : Assuring satisfaction สร้างความพึงพอใจ / รักษาลูกค้า

- ให้บริการลูกค้าให้ประทับใจสูงสุด เป็นสินค้าที่มีคุณภาพสูงและมีการบริการที่ดี
- ให้บริการลูกค้าให้ประทับใจสูงสุด
- บริการให้คำปรึกษาและการแก้ไขปัญหาของลูกค้า เป็นบริการที่ดีและรวดเร็ว
- ให้บริการลูกค้าให้ประทับใจสูงสุด
- ให้บริการลูกค้าให้ประทับใจสูงสุด
- ให้บริการลูกค้าให้ประทับใจสูงสุด
- ให้บริการลูกค้าให้ประทับใจสูงสุด

กับลูกค้ารูปแบบ S

ลูกค้ารูปแบบ S ต้องการความมั่นคง ปลอดภัย ขั้นตอนและแนวทางปฏิบัติที่ชัดเจน เป็นคนนิ่งๆ เรียบง่าย ผ่อนคลาย มีไมตรี อธิษาศัยดี อบอุ่น ลูกค้ารูปแบบ S ไม่ชอบคนที่ก้าวร้าว ดุดัน เปิดการขายทันที ไม่ได้สนใจความรู้สึกหรือความเห็นของเขา รวดเร็ว เร่งรัด พูดภาพกว้าง ไม่ลงรายละเอียด สนใจแต่ธุรกิจ ไม่สนใจความสัมพันธ์

การปฏิบัติต่อลูกค้ารูปแบบ S ใน 5 ขั้นตอนของกระบวนการขาย (5 steps of selling cycle)

ขั้น 1 : Making contact ติดต่อลูกค้า / ทำความรู้จัก

- ติดต่อลูกค้า โดยวิธีที่เป็นที่คุ้นเคย
- แสดงถึงความสนใจและการเคารพ โดยเน้น งานของลูกค้าก่อนเข้าเรื่อง
- อ้างอิงถึงประวัติของลูกค้า โดยไม่พูดถึงลูกค้า
- ศึกษาข้อมูลเบื้องต้น และใช้ข้อมูลในการใช้ประโยชน์
- แสดงความสนใจในความต้องการของลูกค้า
- สร้างความไว้วางใจให้กับลูกค้า โดยไม่พูดเกินจริง และไม่พูดเกินจริง
- ลูกค้าประเภทนี้ไม่ชอบการที่เรานำเสนอสินค้าโดยไม่มีการปรึกษาหารือ

ขั้น 2 : Studying needs ค้นหาความต้องการของลูกค้า

- ถามถึงความต้องการของลูกค้า ก่อนเข้าเรื่อง
- ลูกค้า แสดงถึงความสนใจและเคารพ โดยเน้นงานของลูกค้า
- แสดงความสนใจในความต้องการของลูกค้า
- ศึกษาข้อมูลเบื้องต้น และใช้ข้อมูลในการใช้ประโยชน์
- ศึกษาข้อมูลเบื้องต้น และใช้ข้อมูลในการใช้ประโยชน์
- ศึกษาข้อมูลเบื้องต้น และใช้ข้อมูลในการใช้ประโยชน์
- ศึกษาข้อมูลเบื้องต้น และใช้ข้อมูลในการใช้ประโยชน์
- ศึกษาข้อมูลเบื้องต้น และใช้ข้อมูลในการใช้ประโยชน์

ขั้น 3 : Proposing solutions นำเสนอทางเลือก

- อ้างอิงถึงประวัติของลูกค้า โดยไม่พูดถึงลูกค้า
- ศึกษาข้อมูลเบื้องต้น และใช้ข้อมูลในการใช้ประโยชน์
- ศึกษาข้อมูลเบื้องต้น และใช้ข้อมูลในการใช้ประโยชน์
- ศึกษาข้อมูลเบื้องต้น และใช้ข้อมูลในการใช้ประโยชน์
- ศึกษาข้อมูลเบื้องต้น และใช้ข้อมูลในการใช้ประโยชน์
- ศึกษาข้อมูลเบื้องต้น และใช้ข้อมูลในการใช้ประโยชน์
- ศึกษาข้อมูลเบื้องต้น และใช้ข้อมูลในการใช้ประโยชน์
- ศึกษาข้อมูลเบื้องต้น และใช้ข้อมูลในการใช้ประโยชน์
- ศึกษาข้อมูลเบื้องต้น และใช้ข้อมูลในการใช้ประโยชน์
- ศึกษาข้อมูลเบื้องต้น และใช้ข้อมูลในการใช้ประโยชน์

กับลูกคำรูปแบบ S

ขั้น 4 : Gaining commitment ปิดการขาย

- ลูกคำประเภทนี้จะมีลักษณะคือ จะพยายามดึงเอาความรู้สึกในใจของลูกคำ
- และพยายามทำให้ลูกคำเห็นถึงประโยชน์ของลูกคำ
- ลูกคำจะรู้สึกว่าลูกคำได้ประโยชน์จากลูกคำ และลูกคำจะรู้สึกว่าลูกคำได้ประโยชน์
- ลูกคำจะรู้สึกว่าลูกคำได้ประโยชน์จากลูกคำ และลูกคำจะรู้สึกว่าลูกคำได้ประโยชน์
- ลูกคำจะรู้สึกว่าลูกคำได้ประโยชน์จากลูกคำ และลูกคำจะรู้สึกว่าลูกคำได้ประโยชน์
- ลูกคำจะรู้สึกว่าลูกคำได้ประโยชน์จากลูกคำ และลูกคำจะรู้สึกว่าลูกคำได้ประโยชน์

ขั้น 5 : Assuring satisfaction สร้างความพึงพอใจ / รักษาลูกค้า

- ลูกคำจะรู้สึกว่าลูกคำได้ประโยชน์
- ลูกคำจะรู้สึกว่าลูกคำได้ประโยชน์
- ลูกคำจะรู้สึกว่าลูกคำได้ประโยชน์
- ลูกคำจะรู้สึกว่าลูกคำได้ประโยชน์

กับลูกค้ารูปแบบ C

ขั้น 4 : Gaining commitment ปิดการขาย

- แสดงความเข้าใจลูกค้าที่มีอยู่จริง
- ให้ลูกค้าดูตัวอย่างในการใช้สินค้าที่มีอยู่จริง
- ลูกค้ามีข้อสงสัยในการใช้สินค้าที่มีอยู่จริง แสดงให้เห็น
- ลูกค้ามีข้อสงสัยในการใช้สินค้าที่มีอยู่จริง
- ลูกค้ามีข้อสงสัยในการใช้สินค้าที่มีอยู่จริง
- ลูกค้ามีข้อสงสัยในการใช้สินค้าที่มีอยู่จริง
- ลูกค้ามีข้อสงสัยในการใช้สินค้าที่มีอยู่จริง

ขั้น 5 : Assuring satisfaction สร้างความพึงพอใจ / รักษาลูกค้า

- ให้ลูกค้าดูตัวอย่างในการใช้สินค้าที่มีอยู่จริง
- ให้ลูกค้าดูตัวอย่างในการใช้สินค้าที่มีอยู่จริง
- ให้ลูกค้าดูตัวอย่างในการใช้สินค้าที่มีอยู่จริง
- ให้ลูกค้าดูตัวอย่างในการใช้สินค้าที่มีอยู่จริง
- ให้ลูกค้าดูตัวอย่างในการใช้สินค้าที่มีอยู่จริง
- ให้ลูกค้าดูตัวอย่างในการใช้สินค้าที่มีอยู่จริง
- ให้ลูกค้าดูตัวอย่างในการใช้สินค้าที่มีอยู่จริง

Development Plan: แผนพัฒนา

START	ไม่เคยทำหรือไม่ค่อยได้ทำ เห็นว่าเป็นประโยชน์ ดังนั้นจะเริ่มทำ
STOP	เคยทำหรือกำลังทำอยู่ เห็นว่ามีผลเสีย ดังนั้นจะเลิกทำ
CONTINUE	เคยทำหรือกำลังทำอยู่ เห็นว่าเป็นประโยชน์ ดังนั้นจะทำต่อไป

เกี่ยวกับ DISC

ร่วมร้อยปีที่นักจิตวิทยาได้ทำการศึกษาค้นคว้าวิจัยเรื่องความแตกต่าง ทางพฤติกรรมของมนุษย์ในการตอบสนองต่อสิ่งเร้า สิ่งแวดล้อมภายนอก และได้จำแนกคุณลักษณะพฤติกรรมมนุษย์นี้ออกเป็น 4 มิติหลักๆ ซึ่งเป็นที่รู้จักกันในคำว่า "DISC" ปัจจุบันได้มีการนำเอาหลักการนี้มาพัฒนาเป็นเครื่องมือในการประเมินคุณลักษณะและรูปแบบพฤติกรรมตนเอง (DISC Behavioral Assessment) ใช้กันอย่างกว้างขวางในวงการ ทำงาน การจัดสรรทรัพยากรบุคคล การพัฒนาตนเอง การศึกษา การเลือกอาชีพ

DISC มาจากอักษรย่อของ 4 คุณลักษณะ คือ Dominance (D), Influence (I), Steadiness (S) และ Conscientious (C) ซึ่งเป็นคุณลักษณะพฤติกรรมที่มีความเฉพาะตัวแตกต่างกัน ดังนี้

Dominance ตรงไปตรงมา มั่นใจ เด็ดขาด แน่วแน่ กล้าเผชิญหน้า ตัดสินใจเร็ว ทำงานเร็ว คล่องแคล่ว เน้นผลลัพธ์ ชอบความท้าทาย ผจญภัย แข่งขัน ต้องการอำนาจ ชอบจัดการกับปัญหา มองภาพใหญ่

Influence ช่างพูด ช่างเจรจา เปิดเผย ชอบสังสรรค์ เข้าสังคมพบปะผู้คน กระตือรือร้น สนุกสนานกับกลุ่มคน อารมณ์ขัน มองโลกในแง่ดี เป็นมิตร ประารถที่จะช่วยผู้อื่นอย่างมีส่วนร่วม โนมน้าวใจเก่ง

Steadiness ใจเย็น อ่อนโยน เป็นผู้ฟังที่ดี เห็นอกเห็นใจผู้อื่น สุภาพ อ่อนน้อม ทำงานตามแบบแผน ให้ความสำคัญกับกลุ่ม ให้ความสำคัญกับความปลอดภัยและความมั่นคง สม่ำเสมอ รอบคอบ ค่อยเป็นค่อยไป เรื่อยๆ สบายๆ

Conscientious เจ้าระเบียบ พิธีรีตรอง อิงกฎและมาตรฐาน มีวินัย ให้ความสำคัญกับรายละเอียด และข้อเท็จจริง ต้องการความถูกต้องและแม่นยำ เน้นเหตุ และผล สุขุม รอบคอบ ครุ่นคิด เก็บความรู้สึก

คุณลักษณะพฤติกรรมทั้ง 4 นี้ ไม่ได้เป็นการนำมาเปรียบเทียบว่าคุณลักษณะใดดีกว่ากัน แต่ละคุณลักษณะมีทั้งจุดแข็งและข้อจำกัดในตัวเอง แต่ละบุคคลจะมีคุณลักษณะทั้ง 4 ปนกันอยู่บ้าง บ้างน้อย บ้าง และโดยทั่วไปจะมีคุณลักษณะโดดเด่นปรากฏออกมา 1-2 คุณลักษณะ

DISC ช่วยให้เรา “อ่าน” ตัวเองออก ว่าเป็นคนแบบไหน ถนัดการแสดงพฤติกรรมอย่างไร มีจุดแข็งจุดอ่อนที่ไหน เรื่องอะไรหรือสิ่งไหนกระทบความรู้สึกเรา ตระหนักถึงพฤติกรรมของตัวเองช่วยให้เราค้นหาแนวทางที่เหมาะสม รู้ขีดขั้นความเหมาะสมที่จะปรับพฤติกรรมตน เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดกับตัวเอง

DISC ยังช่วยให้เราเข้าใจพฤติกรรมของผู้อื่นได้ดีขึ้น เข้าใจว่าทำไมเขาถึงทำอย่างนั้นแสดงกิริยาแบบนั้น ได้ตอบแบบนั้น ชอบพูดด้วยน้ำเสียง ท่าทางเช่นนั้น DISC ช่วยให้เราเพิ่มการรับรู้ในความต่างของบุคลิกภาพ ทำให้เรามองผู้อื่นอย่างเข้าใจในธรรมชาติของเขาเหล่านั้น หันไปมองต่างมุมจากมุมที่เราคุ้นเคย ทำความรู้จักผู้อื่นอย่างที่เขาเป็น ทำให้เราสามารถกำหนดแนวทาง “ปฏิสัมพันธ์” (interaction) กับแต่ละบุคคลได้อย่างเหมาะสม สามารถปรับทัศนคติที่มีต่อผู้อื่นได้ดีขึ้น ยอมรับและเคารพในความแตกต่างของแต่ละบุคคลจากพื้นฐานความเข้าใจเหล่านี้ ช่วยให้เราสามารถนำเอาคุณลักษณะที่ดีทั้งของตัวเองและของแต่ละบุคคลออกมาใช้ ทำการประสานความต่างให้เกิดความสมดุล เกิดรูปแบบการทำงานร่วมกันที่มีความ “ยืดหยุ่น” และมี “ประสิทธิภาพ” ลดความขัดแย้ง ลดปัญหาเรื่องคน มีความสุขในการอยู่และทำงานร่วมกัน

DISC สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในทุกกิจกรรมที่มีความเกี่ยวข้องกับบุคคล ทั้งในชีวิตการทำงานและชีวิตส่วนตัว เช่น การพัฒนาตนเอง การพัฒนาทีมงาน พัฒนาประสิทธิภาพ การสื่อสารในองค์กร การจัดการความขัดแย้งจากความเข้าใจที่แตกต่างกัน การคัดเลือกคนเข้าทำงาน การเลือกอาชีพลักษณะงานที่เหมาะสม การสื่อสารและบริการลูกค้า การขาย การเจรจาต่อรอง การบริหารความสัมพันธ์กับคู่ค้า เป็นต้น