

7

แนวทางการทำตลาดงานดาวเทียม

แนวทางการทำตลาดงานดาวเทียม

ในปี 2552 นี้ตลาดงานดาวเทียมจะมีการขยายตัวมากขึ้น เรียกว่าเป็นขาขึ้นของตลาดงานดาวเทียม ซึ่งกำลังจะมาแทนที่เสาอากาศที่มีอยู่ประมาณ 12 ล้านต้น นี่จึงเป็นโอกาสที่ช่างแต่ละคนจะเข้าไปทำตลาด แต่เราต้องไม่ลืมที่จะตั้งคำถามก่อนว่า **"ใครพร้อมที่จะเข้าไปตรงนั้น"** เมื่อตลาดใหญ่ คู่แข่งก็จะเยอะ หากเราจะอยู่ให้รอดต้องมีความพร้อม มีสิ่ง que เรียกว่า นวัตกรรม โดยแบ่งออกเป็น 2 อย่างคือ



เข้าสู่เว็บไซต์ผ่านโทรศัพท์มือถือ

1. **นวัตกรรมที่เป็นรูปธรรม** คือ เรื่องของเทคโนโลยี เครื่องมือต่างๆ ที่ถูกพัฒนาขึ้นมา อย่างเช่นคอมพิวเตอร์ หรืออินเทอร์เน็ต ที่จะนำมาช่วยในการบริหารและจัดการตัวสินค้า และมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง
2. **นวัตกรรมที่เป็นนามธรรม** คือ เรื่องของแนวคิด เทคโนโลยียังหาซื้อกันได้ แต่แนวคิดหาซื้อไม่ได้ ถ้าเรามีแนวคิดที่ดีๆ และรู้จักปรับเปลี่ยนเป็นวิธีการขายได้ก็จะช่วยสร้างโอกาสในการทำตลาดได้

เนื้อหาต่อจากนี้เราจะพูดถึงแนวคิดในการทำงาน การคิดเชิงสร้างสรรค์หรือทัศนคติที่ดี และแนวโน้มทางการตลาด ว่าทำไมการทำแบบนี้ถึงทำแล้วประสบความสำเร็จ แล้วทำไมถึงไม่ประสบความสำเร็จ เราต้องมีการเตรียมความพร้อมอะไรบางอย่างเพื่อที่จะไปให้ถึงเป้าหมาย และมีเครื่องมืออะไรบางอย่างที่จะนำมาช่วยให้เราอยู่รอดได้ในสภาวะที่มีการแข่งขันกันสูงอย่างในปัจจุบัน



การแบ่งกลุ่มลูกค้า

ยกตัวอย่างร้านขายกวยเตี๋ยวเปิด หากเราขายกวยเตี๋ยวหมู หรือข้าวผัดด้วยก็จะมีสินค้าเยอะขึ้น มีทางเลือกให้กับลูกค้าหรือผู้บริโภคมากขึ้น แต่ก็ต้องตุนสินค้าที่เป็นวัตถุดิบมากขึ้นด้วย และไม่สร้างภาพลักษณ์ที่ชัดเจนให้ลูกค้าจดจำว่าร้านของเราทำอะไรกันแน่ หากเรานำเสนอภาพลักษณ์ว่าเราคือร้านกวยเตี๋ยวเปิด เวลาลูกค้าต้องการทานกวยเตี๋ยวเปิด ก็จะนึกถึงร้านของเราขึ้นมาทันที ตัวอย่างที่ชัดเจนคือ แมคโดนัลด์ เมื่อพูดถึงแมคโดนัลด์ เราจะนึกถึงแฮมเบอร์เกอร์



ภาพลักษณ์ต้องดูดี น่าเชื่อถือ

อย่างไรกรณีของปั้มน้ำมัน สีขาวกับสีเหลือง ถ้าเราลองเอามาเปรียบเทียบกันหลายคนคงเลือกที่จะไปใช้บริการของปั้มน้ำมันสีเหลืองมากกว่าแน่นอน ด้วยภาพลักษณ์ที่ดูแล้วสะอาด น่าเชื่อถือ ดูแล้วมีมาตรฐาน ทำให้ลูกค้าเห็นแล้วเกิดความไว้วางใจ ภาพลักษณ์จึงเป็นส่วนสำคัญเช่นเดียวกัน



การตลาดแนวใหม่

ตัวอย่างหนึ่งที่เราเห็นได้ชัดเจนในปัจจุบัน อย่างห้างสรรพสินค้า หรือซูเปอร์มาร์เก็ตขนาดใหญ่ ทุกวันนี้จะเห็นว่ามีขนาดเล็กลง กระจายตัวอยู่ตามแหล่งชุมชน และยังเปิดให้บริการลูกค้าตลอด 24 ชั่วโมง เพื่ออำนวยความสะดวกและให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้ามากขึ้น



ร้าน KFC มาอยู่รวมกับร้านสะดวกซื้ออย่างเซเว่นอีเลฟเว่น รถเข็นเซเว่นอีเลฟเว่น หรือโลตัส เอ็กเพรส เหล่านี้เป็นการทำตลาดเชิงรุกทั้งสิ้น เพื่ออำนวยความสะดวกให้ผู้บริโภค เมื่อผู้บริโภคสามารถใช้บริการเหล่านี้ได้สะดวกก็จะไม่ไปใช้บริการที่อื่น ยกตัวอย่าง เซเว่นอีเลฟเว่น นอกจากขายของใช้ทั่วไปกับอาหารแล้ว ยังมีบริการชำระค่าสาธารณูปโภคอื่นๆ อีกด้วย ซึ่งเมื่อก่อนแค่เราจะชำระค่าบริการโทรศัพท์มือถือก็ต้องเดินไปชำระที่ธนาคาร หรือศูนย์บริการ แต่ปัจจุบันได้เปลี่ยนไปแล้วอย่างที่เห็น





การปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์

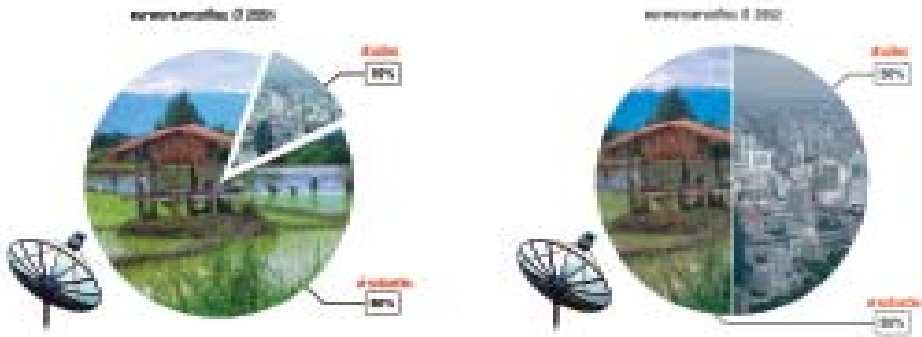
ปัจจุบันจะเห็นว่าอัตราค่าเดินทางระหว่างเครื่องบินกับรถทัวร์จะใกล้เคียงกันมาก และเมื่อราคาใกล้เคียงกันมารถทัวร์จะเป็นฝ่ายได้รับผลกระทบ เพราะถ้าเราเดินทางจากกรุงเทพฯ ไปหาดใหญ่โดยรถทัวร์ จะใช้เวลาถึง 12 ชั่วโมง แต่เครื่องบินใช้เวลาแค่ 1 ชั่วโมง และหากมีการจองตั๋วล่วงหน้า ตัวเครื่องบินสามารถใช้บริการจองที่นั่งผ่านทางเว็บไซต์ได้ด้วย และบางสายการบินมีโปรโมชั่นจองผ่านเว็บไซต์ได้รับส่วนลดอีกต่างหาก

Air Asia

A promotional graphic for Air Asia's 'LOVE-a-fare' campaign. It features a red ribbon with hearts and lists various fare options with their prices in Thai Baht (THB). The options include:

Package	Price (THB)
+ drink	0
+ 1kg luggage	799
+ 20kg luggage	8,551

ถ้ามองย้อนกลับไปคงไม่มีใครคาดคิดว่าธุรกิจอย่างรถทัวร์จะมีเครื่องบินเป็นคู่แข่ง ทั้งหมดที่กล่าวมานี้เป็นเพียงตัวอย่างเพื่อให้มองภาพออกว่า หากเราจะอยู่ให้รอดในสภาวะที่มีการแข่งขันระดับนี้ เราต้องมีการปรับตัวตลอดเวลา อย่างรถทัวร์ก็อาจจะต้องวิ่งในระยะทางที่สั้นลง เพราะถ้าวิ่งทางไกลเครื่องบินจะได้เปรียบกว่าตรงระยะประหยัดเวลา แต่ค่าตัวกลับแพงกว่าเพียงนิดเดียว กรณีตัวอย่างของเครื่องบินกับรถทัวร์ หากคนทำธุรกิจรถทัวร์เห็นเครื่องบินเป็นคู่แข่ง สู้ไม่ได้ สู้ไม่ไหว หนีไปเปิดอู่ต่อรถเพื่อหวังจะไม่มีคู่แข่ง แบบนี้ก็ เป็นไปไม่ได้อีก เพราะไม่ว่าคุณจะทำอาชีพอะไรก็หนีไม่พ้นคำว่า “การแข่งขัน” แน่นอน กลับมามองที่ช่างดาวเทียม จะอยู่รอดได้อย่างไร ถ้าเราไม่ปรับตัว อย่างในปัจจุบันราคาขายสินค้าเองก็ต่ำลงเรื่อยๆ เราจึงต้องมีการปรับตัวเพื่อให้เข้ากับสถานการณ์ในปัจจุบันเสมอ



ส่วนแบ่งทางการตลาด

ที่ผ่านมาตลาดจานดาวเทียม โดยเฉพาะของ PSI จะเน้นกลุ่มลูกค้าในเขตต่างจังหวัดเป็นหลัก เพราะส่วนใหญ่จะรับทีวีไม่ชัด ถ้าในปัจจุบัน PSI ยังคิดแบบเดิม ทำแบบเดิม ส่วนแบ่งของตลาดในเมืองก็จะมี มีบางคนเคยกล่าวไว้ว่า "ในต่างจังหวัดถ้าคุณเดินทาง 10 กิโลเมตร อาจจะเจอลูกค้าไม่กี่ราย แต่ในเมืองใหญ่อย่างกรุงเทพฯ คุณเดินแค่ไม่กี่กิโล ก็อาจจะเจอลูกค้าได้เป็นร้อยราย" เพราะฉะนั้นตลาดในเมืองจึงเป็นทางเลือก เหตุผลสนับสนุนคือ เพราะคนในเมืองมีกำลังซื้อเยอะ ช่องรายการก็เหมาะสม และราคาสินค้าก็เหมาะกับกลุ่มลูกค้าในเมือง

แล้วก่อนหน้านี้ทำไม PSI จึงทำตลาดในเมืองไม่ค่อยได้ ทั้งๆที่คนเมืองมีกำลังซื้อเยอะ สาเหตุไม่ได้มาจากลูกค้าไม่คิดจะซื้อ แต่เป็นเพราะลูกค้าไม่มีข้อมูลของสินค้า หากเรามีการให้ข้อมูลกับลูกค้า โอกาสจะเข้าไปมีส่วนแบ่งทางการตลาดก็จะมีมากขึ้น



จากภาพจะเห็นว่าอาคารต่างๆในเมืองนั้นมีความแน่นหนามาก เพราะฉะนั้นเรื่องการรับสัญญาณทีวีให้คมชัดนั้นแทบจะเป็นไปไม่ได้ แต่เดิมบ้านหลายๆหลังจะติดเสาอากาศ ซึ่งเราสามารถเอาจานดาวเทียมเข้ามาทดแทนได้ เพราะปัจจุบันหน้าจานมีขนาดเล็กลง น้ำหนักเบา ราคาก็เรียกว่าถูกกว่าเสาอากาศแล้ว นี่จึงเป็นโอกาสที่เราจะเข้ามามีส่วนแบ่งตลาดในเมือง



กิจกรรมส่งเสริมการขาย

การที่เราจะทำยอดขายให้สูงขึ้นได้นั้นแค่มีสินค้าที่ดียังไม่พอ ต้องมีการส่งเสริมการขายที่ดีและเหมาะสมด้วย อย่างตลาดนัดตามที่ต่างๆ ไม่ว่าจะป็นในเมือง หรือต่างจังหวัดก็อาจจะมีการใช้รถโมบายไปตั้งแสดงสินค้า เพื่อให้ลูกค้าได้เข้ามาทดลองใช้งาน และรับชมสินค้าจริงๆ ลูกค้าจะเกิดการเรียนรู้ และได้รับประสบการณ์ตรงกับสินค้าก็จะเป็นการเพิ่มโอกาสในการขายให้มากขึ้น ยิ่งถ้าเราเอารถโมบายไปโชว์ในพื้นที่ที่ทีวีไม่ชัดอยู่แล้ว ก็ยิ่งเพิ่มโอกาสในการขายเข้าไปอีก เพราะของ PSI ชัดล้าน%



และที่สำคัญคือ แผลกตา เพราะส่วนใหญ่ตามตลาดนัดก็จะเป็นเต็นท์ แต่ถ้าเราเอารถโมบายไปจอดไว้ก็จะเด่นสะดุดตา ทำให้เกิดความน่าสนใจ

ปัจจุบันทาง PSI ได้ผลิตรถโมบายออกไปแล้วกว่า 100 คันทั่วประเทศ ลองหลับตานึกภาพดูว่า หากกิจกรรมนี้เกิดขึ้นพร้อมๆกันทั่วประเทศ จะส่งผลขนาดไหนกับตลาด และ PSI ได้เตรียมรถโมบายเอาไว้เพื่อช่วยส่งเสริมการขายให้กับช่างอย่างเต็มที่





การตกแต่งร้านให้ดูสวยงาม

การตกแต่งร้านให้สวยงาม ดูดี สะอาด จะช่วยในเรื่องของภาพลักษณ์ และความเชื่อมั่นของลูกค้าที่มีต่อผู้ค้า การตกแต่งจึงต้องให้ความสำคัญเป็นลำดับต้นๆ ที่เดียว อย่างสินค้าที่ขายไปแล้วเหลือแต่กล่องเปล่าๆ ถ้าทิ้งไปก็ไม่มีค่า เป็นขยะอีก ถ้าเอาไปขายก็ได้นึงก็ไม่กี่บาท แต่ถ้าเราเอามาจัดเรียงในร้านให้ดูดี ก็ช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับร้านของเราได้



ถ้าตกแต่งร้านแบบภาพซ้าย มีป้ายบอกชัดเจน มีที่ตั้งชัดเจนเป็นหลักแหล่ง แต่จัดร้านดูไม่ดี มองไม่เห็นสินค้า ก็จะทำให้ขาดความน่าสนใจ และลูกค้าเกิดความสงสัยอีกว่า ตกกลงร้านนี้ขายอะไรกันแน่? อย่างภาพขวา แม่จะตกแต่งร้านให้ดูง่าย ชัดเจน แต่พอวางของรวมๆ กันก็ดูยาก เราควรแยกให้ชัดเจนว่าพื้นที่ตรงนี้จะขายสินค้าอะไร

การติดป้ายให้ชัดเจน ให้เรียบร้อย ให้ดูดี จัดวางสินค้าให้ดูน่าสนใจ จัดร้านให้สะอาดดูน่าเข้า จะช่วยสร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้าได้ ถ้าเราแต่งร้านให้ดูดี ดูน่าสนใจ สะอาดตา คนผ่านไปผ่านมาก็อยากแวะเข้ามาดู



การแต่งรถให้ช่าง ดูสวยงาม น่าเชื่อถือ

การตกแต่งรถก็มีส่วนสำคัญไม่แพ้ส่วนอื่นๆ จากเดิมรถที่เราใช้ขนของ หรือใช้สำหรับไปบริการลูกค้าเป็นรถธรรมดา เวลาไปติดต่องาน หรือหาลูกค้า บางครั้งลูกค้าสงสัยซะอีกว่าเป็นช่างจริงรีเปลา ยิ่งถ้าเจอรถที่สภาพเก่าๆ โทรมๆ ยิ่งหมดความเชื่อถือกันเลย แต่ถ้าวางหากเรามีการตกแต่งเข้าไป เช่น ติดสติ๊กเกอร์ ใส่เบอร์โทรศัพท์ หรือชื่อร้านเข้าไป ก็จะสร้างความน่าเชื่อถือมากขึ้น และที่สำคัญยังใช้เป็นสื่อโฆษณาไปในตัวได้อีกด้วย



กิจกรรมเพื่อช่วยเหลือสังคม

กิจกรรมเพื่อช่วยเหลือสังคมถือเป็นกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ ทั้งยังช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ให้กับองค์กร หรือร้านค้านั้นๆ และทำให้กลุ่มลูกค้ารู้สึกใกล้ชิดกับผู้ค้ามากขึ้น และไม่รู้สิกว่าเราเอาแต่ได้อย่างเดียว ยังมีการคืนกำไรสู่สังคมในรูปแบบต่างๆ ยกตัวอย่างป้ายรณรงค์เมาไม่ขับ ซึ่งก็เป็นเรื่องที่น่ายินดีมากที่สถิติปีล่าสุดมีการเสียชีวิตน้อยลง (ธันวาคม 2551 ต่อ มกราคม 2552) ซึ่งทาง PSI เองก็ทำมาแล้วอย่างต่อเนื่องถึง 5 ปี และก็จะทำต่อไปเรื่อยๆ และนอกจากรณรงค์เมาไม่ขับแล้วก็ยังมีกิจกรรมรณรงค์เพื่ออนุรักษ์ฝืนป่า กับป้ายเผาป่าเผาชาติ ซึ่งไฟป่าจะเกิดขึ้นบ่อยมากในช่วงฤดูร้อน

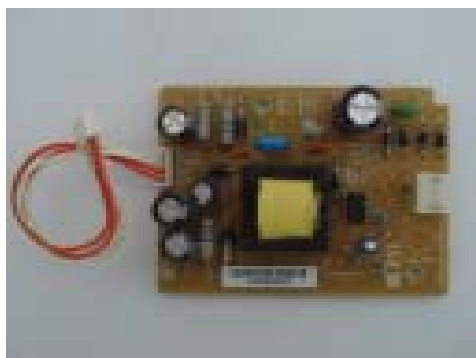


ข้อดีที่เป็นผลพลอยได้จากการทำป้ายรณรงค์คือ ลูกค้านักเกิดการจดจำ จดจำรูปแบบของป้าย รูปแบบตัวอักษร สี สันต่าง ๆ จากป้ายรณรงค์ พอมาเจอป้ายหน้าร้านก็จะเข้าใจได้เองทันทีว่า เป็นยี่ห้อ หรือบริษัทเดียวกันนั่นเองที่ทำป้ายรณรงค์ ซึ่งผลพลอยได้ที่เป็นการขายสินค้า ย่อมตามมาแน่นอน



การบริการหลังการขาย

การให้บริการหลังการขายมีความสำคัญอย่างไร บริการหลังการขายมีเพื่อให้ความสะดวกสบายกับลูกค้ากรณีสินค้ามีปัญหา เช่น แผงบอร์ด เมื่อก่อนถ้าชิพตัวไหนเสียก็จะทำการเปลี่ยนชิพตัวนั้น แต่ปัจจุบันเพื่อลดขั้นตอนการทำงานให้กับช่าง เราจะเปลี่ยนทั้งแผงบอร์ดเลย ซึ่งทำให้ประหยัดทั้งเงินและเวลา ลูกค้าก็ไม่ต้องรอเครื่องซ่อมนานข้ามวันข้ามคืนอีกแล้ว เป็นการสร้างความประทับใจให้กับลูกค้าอีกทางหนึ่ง



การบริการหลังการขายจะตอบสนองลูกค้าได้ดีต้องมีสาขากระจายอยู่ทั่วประเทศตามแหล่งชุมชน เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้โดยง่าย เมื่อลูกค้าสนใจอยากซื้อสินค้า หรือจะขอใช้บริการต่างๆ ก็จะทำได้ง่าย ถือเป็นบริการอำนวยความสะดวกให้ลูกค้าอีกทางหนึ่ง และเมื่อมีสาขากระจายอยู่ในพื้นที่นั้นๆ การเดินทางไปบริการหลังการขายก็จะสั้นลง ทำให้ประหยัดพลังงาน โดยเฉพาะน้ำมัน ต้นทุนก็จะลดลง



WWW.PSI.CO.TH



WWW.SATANSWER.COM

การใช้เทคโนโลยีช่วยในการให้บริการหลังการขาย หมายความว่าอย่างไร?

ปัจจุบันเทคโนโลยี ได้พัฒนาไปมาก เราสามารถนำเทคโนโลยีเหล่านั้นเข้ามาใช้เพื่อช่วยในเรื่องของการให้บริการได้ เช่น ส่งซอฟต์แวร์ของเครื่องรับผ่านทางอีเมล หรือจะดาวน์โหลดจากเว็บไซต์มาก็ได้ ช่างติดตั้งไม่ต้องเดินทางมาขอรับที่สำนักงานใหญ่ หรืออย่างกรณีง่ายๆ เช่น คู่มือการใช้งานเครื่องรับสัญญาณ ก็สามารถเข้ามาดาวน์โหลดได้ผ่านทางเว็บไซต์ ไม่ต้องรอส่งเป็นเล่มผ่านทางไปรษณีย์



OTA ก็ถือเป็นการใช้เทคโนโลยีในการให้บริการหลังการขายเช่นกัน เมื่อช่องรายการมีการเปลี่ยนแปลง PSI จะทำซอฟต์แวร์ใหม่แล้วส่งขึ้นผ่านดาวเทียมส่งลงสู่เครื่องรับที่บ้านลูกค้า ช่างก็ไม่ต้องไปคอยเพิ่มช่อง ลูกค้าก็สามารถทำได้ด้วยตัวเอง สะดวกสบายทั้ง 2 ฝ่าย



แนวโน้มตลาดปี 2552

ความต้องการของลูกค้าในปี 2552 จะเป็นงานแบบขึ้นเดียว เช่น D1.5-SW มาคู่กับเครื่องรับอัจฉริยะอย่าง ไอทู ที่มีระบบ OTA เพื่อช่วยลดปัญหาบริการหลังการขายให้กับช่าง ส่วนเครื่อง S-3 กับ S-5 ก็ยังคงทำตลาดได้ต่อเนื่องตามเดิม ซึ่งตลาดจะแบ่งออกเป็น 2 ตลาดแน่ๆ คือ ตลาดเครื่องที่มี OTA กับตลาดเครื่องธรรมดา ตามมาด้วยตลาดงานระบบ ก็จะมีเครื่อง MTEX เป็นตัวทำตลาด พวกทีวีในอาคารชุด และโรงแรมต่างๆ



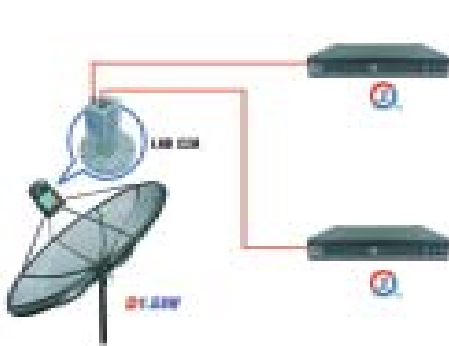


C2A

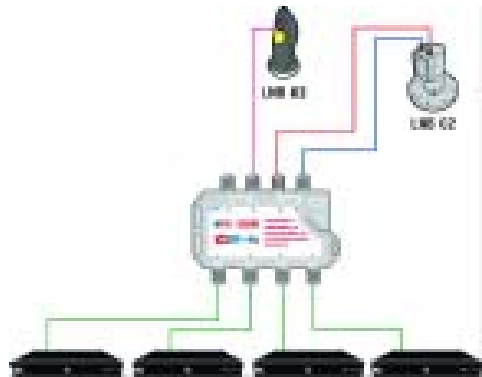


D2R-4s

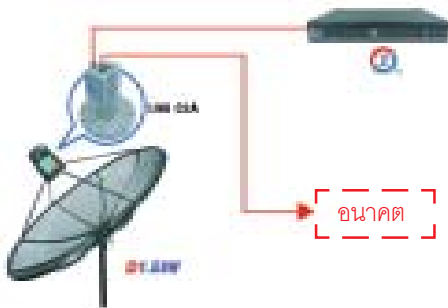
การต่อเพื่อรับชมหลายจุดต้องใช้ LNB รุ่น C2-A ซึ่งเป็นสินค้าหลักสำหรับลูกค้าที่ต้องการรับชมหลายจุด ตามมาด้วย D2R-4s ที่จะมาช่วยในการเพิ่มจุดรับชมและรับดาวเทียมได้มากขึ้น และตลาดจานดาวเทียมในปี 2552 ก็จะมีการแข่งขันกันอย่างเข้มข้นกว่าทุกปีที่ผ่านมา งานติดตั้งของช่างก็จะมากขึ้นตามมาแน่นอน ไม่ว่าจะติดตั้งในระบบใดก็ตาม



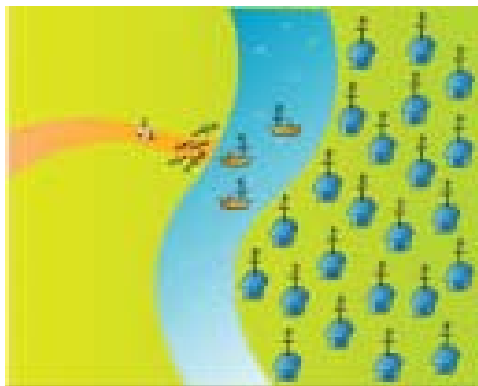
การแยกทีวี 2 เครื่องโดยใช้ LNB C2-A และรีซีฟเวอร์โอทู



การแยกทีวี 4 เครื่องโดยใช้ LNB C2-A, K3, D2R-4s และรีซีฟเวอร์โอทู



หมายเหตุ
การติดตั้งจานดาวเทียมปัจจุบันนี้ช่างฯ ควรใช้ LNB รุ่น C2-A กับการติดตั้งจุดเดียว เพราะอนาคตหากลูกค้าต้องการเพิ่มจุดรับชม ช่างฯ ก็ไม่ต้องลำบาก และเสียเวลาในการเปลี่ยน LNB



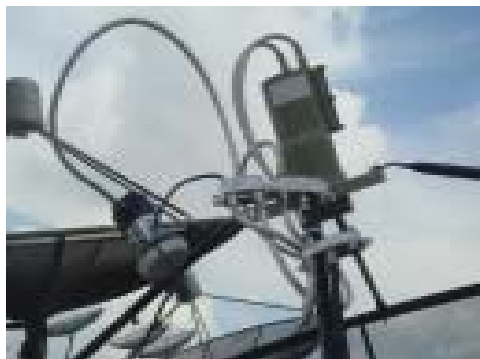
จานดาวเทียมเป็นสินค้า ที่ต้องใช้เวลาในการติดตั้ง ดูจากรูปจะเห็นบ้านติดเสาอากาศ เมื่อเสาอากาศไม่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้แล้ว จานดาวเทียมจึงเป็นคำตอบ เมื่อตลาดมีความต้องการเราก็จะขายสินค้าได้ ช่วงก็จะมียานเข้ามา และยังเมื่อตลาดจานดาวเทียมบูมมากๆ การแข่งขันสูงขึ้น คนหรือกลุ่มลูกค้าก็จะหันมาให้ความสนใจกับสินค้าจานดาวเทียมเพิ่มมากขึ้น นั่นหมายถึง โอกาสที่เราจะขายสินค้าได้เช่นกัน

สรุป - ความยืดหยุ่นของช่างดาวเทียม



มีความคิดสร้างสรรค์

คือ ต้องรู้จักพัฒนาจากสิ่งที่มีอยู่เดิม เช่น เคยติดตั้งชุดจานธรรมดา ก็มาทำดูโอ (Duo) หรือติดตั้งงานระบบ มีการพัฒนารูปแบบการติดตั้งงาน จากที่เคยติดตั้งตามพื้นที่มาติดบนหลังคา บริษัททำตัวจับยึดมาแบบนี้ เราสามารถเอามาปรับปรุงเพิ่มเติมให้มันดีขึ้นได้ และยังรวมไปถึงวิธีคิด วิธีการทำตลาดในรูปแบบใหม่ๆ การนำเสนอสินค้าในรูปแบบต่างๆ เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย เช่นการทำใบปลิว นามบัตร มีการเก็บข้อมูลย้อนหลังเพื่อใช้ในการอ้างอิงเวลานำเสนองาน เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้า



มีการพัฒนาตัวเองอย่างต่อเนื่อง

คือ มีการศึกษาค้นคว้าหาข้อมูลอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ทันกับเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ทุกวันนี้ลูกค้าเองก็สามารถเข้าถึงข้อมูลได้ผ่านทางอินเทอร์เน็ต หากเราที่เป็นช่างมีความรู้น้อยกว่าลูกค้า เวลาลูกค้ามาติดต่อก็จะเป็นที่น่าเชื่อถือ



มีความรู้จริงในวิชาชีพ

คือ มีความรู้ทั้งในทางทฤษฎีและปฏิบัติ เช่นการติดตั้งจานต้องหันไปทางทิศไหน วิธีคำนวณมุมก้มเงยจะคำนวณยังไง หรือถาตองการทำคู่อ (Duo) เพื่อรับชมดาวเทียม หลายดวงจะมีวิธีการคำนวณยังไง ติดตั้งยังไงแล้วไม่มีปัญหา หรือเมื่อลูกค้ามีปัญหาเราก็สามารถ เข้าใจได้ว่าปัญหานั้นเกิดมาจากอะไร และต้องแก้ไขที่ตรงไหน



มีทัศนคติที่ดี

คือ การเข้าใจอย่างถ่องแท้ การรับฟังความคิดเห็นผู้อื่น การคิดบวกไม่ว่าจะเป็นเรื่องอะไรก็ตาม เช่น การแข่งขัน การตลาด การบริการหลังการขาย ต้องรู้จักแยกแยะ อย่างลูกค้ามีปัญหาแล้วโทรมาโวยวาย ปกติเราอาจจะไม่พอใจ หงุดหงิด คิดแต่ว่าลูกค้าใช้เครื่องไม่เป็น ทำผิดเอง ก็เปลี่ยนความคิดซะว่า ลูกค้าต้องการความช่วยเหลือที่เขาโวยวายเพราะเขาแก้ไขเองไม่ได้ การที่ลูกค้าจะมีอารมณ์หงุดหงิดจึงเป็นเรื่องธรรมดา

มีความเข้าใจถูก ไม่ใช่ใครบอกอะไรมาก็เชื่อกันที่โดยขาดการไตร่ตรอง ตัวอย่างเช่น นานาพิกายี่ห้อต่างๆ แพงๆ กระจ่างๆ แล้วตัวเครื่องนานาพิกายี่ห้อเหมือนกันแทบจะทุกยี่ห้อ บางยี่ห้อขายเรื่อนเป็นหมื่นบาท แต่พอแกะออกมาเครื่องข้างในเป็นแบบเดียวกับเรื่อนละไม่กี่พันบาท



มีความรับผิดชอบ

คำนี้ตรงตัว เพราะความรับผิดชอบต่อสินค้า และลูกค้าจะทำให้เกิดความประทับใจ และผลที่ตามมาคือฐานลูกค้า ถ้าเราเป็นช่างที่ติดตั้งแล้วทิ้งขว้าง ลูกค้าให้ไปแก้ไขแล้วปฏิเสธลูกค้าคือไม่ไป เราคงขายลูกคยรายนี้ได้แค่ครั้งเดียว และในระยะยาวเราก็คงอยู่ไม่ได้ แต่ถ้าเรามีความรับผิดชอบ เวลาลูกค้ามีปัญหาเราก็ให้บริการอย่างเต็มที่ สร้างความประทับใจให้ลูกค้าจนมีการบอกต่อความประทับใจจะหวางลูกค้ากับลูกค้า โอกาสในการขายสินค้าก็จะตามมา