คนเดินเข้าร้านแล้วไม่ซื้อ

ห้าก้าวก่อนควักเงิน ที่ร้านเล็กทำหล่นโดยไม่รู้ตัว



กิตติพงศ์ ภูริเดช

สารบัญ

บทที่ 1 บทนำ — คนที่เพิ่งเดินออกไป เขาไปด้วยเหตุผลอะไร 4

บทที่ 1 — สิบคนที่เดินออกไป คุณเสียไปฟรี ๆ กี่คน 8

บทที่ 2 — ห้าก้าวก่อนควักเงิน: แผนที่ที่บอกว่าลูกค้าติดตรงไหน 14

บทที่ 3 — อยากให้เข้าไปหา หรืออยากให้ปล่อยไว้ก่อน — ดูออกจากอะไร 24

บทที่ 4 — ห้านาทีแรกที่ร้านคุณกำลังไล่คนออกโดยไม่รู้ตัว 32

บทที่ 5 — เลิกพูดว่า "สนใจตัวไหนคะ" แล้วพูดอะไรแทน 39

บทที่ 6 — สี่คำถามที่ทำให้ลูกค้าเล่าเองว่าเขาต้องการอะไร 47

บทที่ 7 — วางสามชิ้นบนเคาน์เตอร์ แทนที่จะพาเดินดูทั้งร้าน 55

บทที่ 8 — "ขอเดินดูก่อนนะ" — ประโยคนี้แปลว่าอะไรได้บ้าง แล้วตอบยังไง 63

บทที่ 9 — เขาพร้อมแล้วแต่ยังไม่พูด — จบให้เขาโดยไม่ต้องกดดัน 73

บทที่ 10 — คนที่ไม่ซื้อวันนี้ คือข้อมูลที่แพงที่สุดที่ร้านได้ฟรี 82

บทที่ 11 — ทำไมลูกค้าเจอคนละร้านเมื่อคุณไม่อยู่ 89

บทที่ 12 — ยอดขายบอกไม่ได้ว่าร้านพลาดตรงไหน แล้วอะไรบอกได้ 97

บทที่ 13 — สามสิบวัน แก้ทีละก้าว ไม่ต้องรื้อร้าน 104

บทที่ 15 บทส่งท้าย — พรุ่งนี้เช้าคุณจะเห็นร้านตัวเองไม่เหมือนเดิม 111

บทที่ 1

บทนำ — คนที่เพิ่งเดินออกไป เขาไปด้วยเหตุผลอะไร

บ่ายวันธรรมดา ร้านคุณมีคนเข้ามาสามคน

คนแรกเดินเข้ามาสองก้าว กวาดตารอบหนึ่ง แล้วหมุนออก คนที่สองหยุดหน้าชั้นเดิมพักหนึ่ง หยิบของขึ้นมาพลิกดูหลังกล่อง วางลง แล้วเดินออก คนที่สามคุยกับพนักงานเกือบสิบนาที ถามละเอียดมาก แล้วปิดท้ายว่า "ขอเดินดูก่อนนะคะ"

เย็นนั้นคุณปิดร้าน นับเงินในลิ้นชัก แล้วบอกตัวเองว่าวันนี้คนน้อย ทั้งที่คนไม่ได้น้อย แค่ไม่มีใครจ่าย

เล่มนี้อยู่กับปัญหานั้นตั้งแต่หน้าแรกจนหน้าสุดท้าย ไม่ใช่ปัญหา "ทำยังไงให้คนเข้าร้าน" ซึ่งมีคนเขียนไว้เยอะแล้ว และไม่ใช่ปัญหาหลังร้าน แต่คือช่วงเวลาสั้น ๆ ตอนที่คนยืนอยู่ในร้านของคุณแล้ว บางทีไม่ถึงห้านาที แต่มันคือช่วงที่เงินหล่น

ความเชื่อที่เล่มนี้จะล้ม

คนส่วนใหญ่อธิบายเรื่องนี้ด้วยประโยคเดียวว่า "พนักงานพูดไม่เก่ง" แล้วไปหาสคริปต์มาให้ท่อง

ปัญหาของคำอธิบายนี้คือมันตรวจสอบไม่ได้ คุณวัดไม่ได้ว่าวันนี้พนักงานพูดเก่งขึ้นแค่ไหน จึงแก้มันไม่ได้สักที ทางออกเดียวที่เหลือคือสั่งให้พูดมากขึ้น เข้าไปหาไวขึ้น ซึ่งคือการเพิ่มแรงกดลงบนคนที่กำลังลังเลอยู่แล้ว

ไม่มีใครเดินเข้าร้านโดยบังเอิญได้ทั้งวัน คนที่ก้าวเข้ามาคือคนที่มีเรื่องในใจมาก่อนถึงหน้าร้านคุณแล้ว เขาตัดสินใจไปแล้วครึ่งทาง คนส่วนใหญ่ที่เดินออกมือเปล่าจึงไม่ได้ออกเพราะไม่อยากได้ แต่ออกเพราะ **สะดุดอะไรบางอย่างระหว่างทาง** แล้วเลือกทางที่ง่ายกว่า คือเดินออก

ถ้าเรื่องนี้จริง งานของร้านก็ไม่ใช่การผลักให้แรงขึ้น แต่คือการเอาก้อนหินออกจากทางเดินของเขา ซึ่งต้องรู้ก่อนว่าก้อนหินอยู่ตรงไหน เล่มนี้จึงให้แผนที่มาหนึ่งชุด ชื่อ **"ห้าก้าวก่อนควักเงิน"** — กล้าเข้า เจอของ เข้าใจ กล้าเลือก จบได้ ห้าก้าวนี้คือทางที่ลูกค้าทุกคนต้องเดินผ่านก่อนจ่ายเงิน ไม่ว่าร้านคุณขายอะไร สิ่งที่คุณจะได้คือความสามารถชี้ว่าคนคนนั้นหล่นที่ก้าวไหน แล้วแก้เฉพาะก้าวนั้น

เรื่องที่ต้องบอกกันก่อน

ตัวอย่างทั้งหมดในเล่มนี้เป็นสถานการณ์สมมติ ชื่อคนและบทสนทนาทุกชุดแต่งขึ้นเพื่อให้เห็นภาพ ไม่ใช่เรื่องของร้านจริงร้านใด เพราะการยกเคสจริงมาเล่าโดยไม่มีทางให้คุณตรวจสอบ มีค่าเท่ากับการเดา

ด้วยเหตุผลเดียวกัน คุณจะไม่เจอสถิติลอย ๆ แบบ "งานวิจัยพบว่าคนตัดสินใจภายในกี่วินาที" ตัวเลขที่สำคัญที่สุดในเล่มนี้มาจากร้านของคุณเอง คือ จำนวนคนที่เข้ามา จำนวนคนที่จ่าย และจำนวนคนที่หล่นในแต่ละก้าว