

မောင်မောင်ဖြင့်သိန်း
(တက်မှတ်ထူသိုလ်)

ဒါရိုင်းတြာနာများ

ကျော်လွှားရေးနည်းလမ်းကောင်းများ



စာရေးသူအနေဖြင့် မားကက်တင်း စာအုပ်အချို့ကို မြန်မာပြန်ဆို၍ စာအုပ်ထုတ်ခဲ့ပါသည်။ ။ ထို့အပြင် မားကက်တင်းနှင့် အရောင်းဆိုင်ရာ ဆောင်းပါးများကိုလည်း စီးပွားရေးမဂ္ဂဇင်းများ နှင့် သတင်းစာ၊ ဂျာနယ်များ တွင် ရေးသားခဲ့ပါသည်။ ။ ထို့ပြင် corporate Training အနေဖြင့် Sales and Marketing course များကို ကုမ္ပဏီများ တွင် သင်ကြားခဲ့ပါသည်။ ။ နိုင်ငံခြားကုမ္ပဏီများ တွင် Sales and Marketing Manager, Business Development Manager စသည် ဖြင့် အတွေ့အကြုံများကို လက်တွေ့လောကမှ ရယူခဲ့ပါသည်။ ။

မမျှော်လင့်ဘဲ MC Grew - Hill မှ The Employee Handbook for Enhancing Corporate Performance ဖြစ်သည့် Why Customer Don't Do What You Want them to Do စာအုပ်ကို ဖတ်ရှုမိသောအခါ နှစ်သက်သဖြင့် ဆောင်းပါးများ ရေးသားရန် စိတ်ကူးမိရာမှ Opportunity Journal မှ ဦးသန်းစိုးနှင့် ဆွေးနွေးကြည့်ရာမှ ဆောင်းပါးများ ရေးသားဖြစ်ပါသည်။ ။ ဤဆောင်းပါးများကို အခန်းဆက် ထည့်သွင်းရေးသားခွင့်ပြုသော ဦးသန်းစိုးအား ကျေးဇူးတင်ရှိပါကြောင်း မှတ်တမ်းတင်လိုပါသည်။ ။

စာဖတ်သူများ စိတ်ဝင်စားရန်အလို့ငှာ ခေါင်းစဉ်ငယ်များ အလိုက် ရေးသားသွားမည် ဖြစ်ပါသည်။ ။ Sales (ရောင်းချရေး) တွင် လက်တွေ့ဆောင်ရွက်နေသော ဝန်ထမ်းများ နှင့် စီမံခန့်ခွဲသူများ အတွက် တစ်စုံတစ်ရာ အကျိုးပြုသည် ဆိုပါက ဤစာအုပ်ကို ရေးသားရကျိုးနပ်ပြီ ဖြစ်

ကြောင်း တင်ပြလိုပါသည်။ ။

သင်သူတို့ ကိုလုပ်စေချင်သော အရာကို ဖောက်သည်
တွေ့ဘာကြောင့်မလုပ်တာလဲ

အကယ်၍ မအောင်မြင်သော အ ရောင်းသမားများ သည်
အောင်မြင်သော အရောင်းသမား များ ပြုလုပ်သကဲ့သို့ တူညီသောအ
ရာများကို စတင်ပြုလုပ်နေလျှင် သူတို့ သည် အလားတူစွာ
အောင်မြင်ကြလိမ့်မည်။

(ဖာဒီနန်ဖောနီးစ်)

အသက်ရှင်နေထိုင်မှုအတွက် ရောင်းချခြင်းသည် ခေတ်မီလူ့အဖွဲ့အ
စည်းတွင် ကျန်ရှိသော နောက်ဆုံး စိတ်လှုပ်ရှားဖွယ် အလုပ်တစ်ခုဖြစ်
သည်။ ။ ယင်းသည် စီမံချက်ချခြင်း၊ စုစည်းဆောင်ရွက် ခြင်းကဲ့သို့သော
စွန့်စားမှုများ တွင် ပုံမှန်အားဖြင့် တွေ့ရသော အစိတ်အပိုင်းများကို အား
ပေးမြှင့်တင် သည်။ ။ အောင်မြင်မှုသည် မှန်ကန်သောအရာကို မှန်ကန်
သောအချိန်တွင် ပြုလုပ်ခြင်းအပေါ် မူတည်သောအခါ ရောင်းချခြင်းသ
ည် အမှန်တရားဆိုင်ရာ အရေးပါသော လှုပ်ရှားမှုများ တွင် ပါဝင်
သူများ အတွက် ပုဂ္ဂိုလ်တစ်ဦးချင်းကို ပြင်ဆင်ပေးရန် လေ့ကျင့်ပေးသ
ည်။ ။

လူတိုင်းသည် အောင်မြင်သော စူးစမ်းလေ့လာရှာဖွေသူ သို့မဟုတ်
တောင်တက်သမားတစ်ဦး မဖြစ်နိုင်ချေ။ ။ ယင်းအချက်သည် အရောင်းသ
မားများ အတွက်လည်း မှန်ကန်လှသည်။ ။ အောင်မြင် သော ရောင်းချခြ
င်းသည် အသက်မွေးဝမ်းကျောင်းဆိုင်ရာကျွမ်းကျင်မှု၊ လေ့လာဆည်းပူး
မှု၊ ကိုယ် တိုင် စည်းကမ်းရှိမှုနှင့် အလုပ်ကြိုးစားအားထုတ်မှု အမြောက်
အမြားလိုအပ်သည်။ ။

အနှစ် (၂၀)ရောင်းချခြင်းအလုပ် ဆောင်ရွက်ပြီးနောက် မိမိတွေ့ရှိခဲ့သော ရောင်းချခြင်း လုပ်ငန်းဆိုင်ရာအဓိပ္ပာယ်မှာ "ရောင်းချခြင်းဟူသည် ဝယ်ယူခြင်းဆိုင်ရာ စီမံခန့်ခွဲမှုပင်ဖြစ်သည် "

ဆိုလိုသည် မှာ အရောင်းသမားများ သည် အရာဝတ္ထုများကို ရောင်းချခြင်းပြုလုပ်သည် ။ ထို့ကြောင့် ဖောက်သည် များ သည် အရာဝတ္ထုများ ဝယ်ယူခြင်းကို ပြုလုပ်ကြလိမ့်မည်။ ဤသည် မှာ ရိုးစင်းပါသည် ။ သို့ရာတွင် ယင်းအဓိပ္ပာယ်၏ စစ်မှန်သော၊ ဇာတ်လမ်းဆန်သောအကျိုး သက်ရောက် မှုမှာ ဖောက်သည် များ သည် အရာဝတ္ထုများကိုသာ ဝယ်ယူကြသောကြောင့် ရောင်းချမှုတိုင်း၏ ရည်ရွယ်ချက်သည် ဖောက်သည် ပြုလုပ်မည့် အရာကိုသာ ဖော်ပြရမည်ဖြစ်သည် ။ အရောင်းသမား များ ပြုလုပ်မည့်အရာကို ဖော်ပြရန်မလိုချေ။

ရည်ရွယ်ချက်တစ်ခုအနေဖြင့် တိုင်းတာနိုင်သော ဖောက်သည် ဆောင်ရွက်မှု မပါလျှင် အရောင်းသမားများ သည် သူတို့ ပြုလုပ်မည့်အရာကို ဖော်ပြသော ရည်ရွယ်ချက်များကို သတ်မှတ်ကြ မည်။ ဥပမာ - "ကျွန်တော်ပြပါမယ်" ၊ "ကျွန်တော် သရုပ်ပြပါမယ်" "ကျွန်တော်သိအောင်လုပ် ပါ့မယ်" စသည် စသည် အာရုံစိုက်မှုသည် ရောင်း ချခြင်းဆိုင်ရာ ဆောင်ရွက်မှုများ မဟုတ်ဘဲ ဝယ်ယူခြင်းဆိုင်ရာ ဆောင်ရွက်မှုများ ပေါ်တွင် ဖြစ်သည် ။ ရောင်းချခြင်းဟူသည် မှာ ဝယ်ယူခြင်း ဆိုင်ရာ စီမံခန့်ခွဲခြင်းပင်ဖြစ်သည် ။ တိကျပြီးလိုအပ်သော အရာဝတ္ထုများ ဝယ်ယူခြင်း ပြုလုပ်ရန်၊ ဖောက်သည် များ ရရှိရန် တိကျပြီး လိုအပ်သော အရာဝတ္ထု များ ရောင်းချခြင်း ပြုလုပ်ရမည်ဖြစ်သည် ။

စွမ်းဆောင်ရည်မြင့်မားသော အရောင်းသမားသည် ရောင်းချမှုတစ်ခုစီအတွက် တိကျပြီး တိုင်းတာနိုင်သော ဖောက်သည် ဆောင်ရွက်မှု ရ

ည်မှန်းချက်ကိုဖော်ဆောင်ခြင်းဖြင့် "ရောင်းချခြင်း သည် ဝယ်ယူခြင်းဆိုင်ရာစီမံခန့်ခွဲမှုဖြစ်သည် " ဟူသော သဘောတရားကို လိုက်ပါဆောင်ရွက်ကြ သည် ။

ဥပမာအားဖြင့် ... ။

အရောင်းခေါ်ဆိုမှု (၁)

ဖောက်သည် ကုမ္ပဏီ၏ ချွတ်ယွင်းချက်ကိုဖော်ပြသော လိုအပ်မှုများကိုဖော်ပြလိမ့်မည်။ ပစ္စည်းကိရိယာဝယ်ယူမှုများ အတွက် ဆုံးဖြတ်ချက်ချသူကို သတ်မှတ်ဖော်ပြလိမ့်မည်။ ဘတ်ဂျက် အဆင့်အတန်းကို ဖော်ပြလိမ့်မည်။ ထို့ပြင် မိမိ၏ ကိရိယာပစ္စည်းကို သရုပ်ပြရန် ချိန်းဆိုခွင့်ပေးပါဟု ဖောက်သည် က တောင်းဆိုလိမ့်မည်။

အရောင်းခေါ်ဆိုမှု (၂)

ဖောက်သည် ၏ အလားအလာရှိ သောအသုံးပြုသူများ သည် သရုပ်ပြရှင်းလင်းရာတွင် မိမိ၏ ကိရိယာကို အသုံးပြုလိမ့်မည်။ ယင်းကိရိယာကို ပိုင်ဆိုင်ရန်သူတို့ လိုအပ်မှု သို့မဟုတ် လိုအင်ဆန္ဒကို ဖောက်သည် ၏ အလားအလာရှိသော အသုံးပြုသူများက ပြောဆိုကြလိမ့်မည်။ ထို့ပြင် ဆုံးဖြတ်ချက် ချသူသည် မျှော်လင့်ထားသောအရေအတွက်နှင့် ဝယ်ယူမည့်နေ့ကို ပေးလိမ့်မည်ဖြစ်သည် ။

အရောင်းခေါ်ဆိုမှု (၃)

ဖောက်သည် အော်ဒါပုံစံကို လက်မှတ်ထိုးမည်ဖြစ်ပြီး မိမိတို့ ကိရိယာ၏ အရေအတွက် ဝယ်ယူမှုအမှာ စာကို ပေးလိမ့်မည်ဖြစ်သည် ။

ယင်းဥပမာတွင် စွမ်းဆောင်ရည် မြင့်မားသောအရောင်းသမားသည် အရောင်းခေါ်ဆိုမှု တိုင်းတွင် ပြုလုပ်ရန် ဖောက်သည် ပေါ်တွင် သူဘာ

အလိုရှိခဲ့သလဲဆိုတာ အတိအကျ သိရှိခဲ့သည်။ ။ အရောင်းတိုးတက်မှုကို စီမံခန့်ခွဲရန် ဘက်စုံခေါ်ဆိုမှုများ အတွက် ရောင်းချခြင်း မဟာဗျူဟာ တစ်ခု ရှိသည်။ ။ အရောင်းခေါ်ဆိုမှုများ ၏ ရလဒ်အနေဖြင့်၊ နောက်ဆုံး အနေဖြင့်ပြုလုပ်ရန် ဖောက်သည် ထံမှ သူဘာအလိုရှိခဲ့သလဲဆိုတာ ဖော်ပြနေသော အလုံးစုံ အရောင်းရည်မှန်းချက်ပန်းတိုင်နှင့် အရောင်း ရည်မှန်းချက်တစ်ခုတွင် ရှိခဲ့သည်။ ။ ထို့အပြင် သူ့တွင် အရောင်းခေါ်ဆိုမှု တစ်ခုစီအတွက် တိုင်းတာ နိုင်သော အရောင်းခေါ်ဆိုမှု ရည်ရွယ်ချက်တစ်ခုရှိသည်။ ။ သူ့အနေဖြင့် သူဘယ်နေရာ သွားနေသလဲ ဆိုတာနှင့် ယင်း နေရာသို့ ရောက်ရှိရန် ဘာပြုလုပ်ရမလဲဆိုတာ သူသိခဲ့သည်။ ။ ထို့ကြောင့် သူသည် သူအနိုင်ရနေသလား သို့မဟုတ် ရှုံးနိမ့်နေသလားဆိုသော လမ်းကြောင်းကို တိုင်းတာတွက်ချက် နိုင်သည်။ ။

ဤဆောင်းပါးကို မှတ်သားဖွယ် ကောင်းသော "အမည်မသိ" သူတစ်ဦး၏ အဆိုအမိန့်ဖြင့် နိဂုံးချုပ်ပါရစေ။

"အရောင်းသမားဆိုတာ ဖောက်သည် များ ထံသို့ ပြန်မလာမယ့် ကုန်ပစ္စည်းတွေကို ဖောက်သည် တွေထံ ပြန်လာအောင် ရောင်းချသူပဲဖြစ်ပါတယ်"

(အမည်မသိ)

[Ref: Why Customers don't do what you want them to do by Ferdinand Fournies]

အသက်မွေးဝမ်းကျောင်းသမားဖြစ်ဖို့ အာရုံစိုက်ပါ

ရောင်းချခြင်းတွင် သင့်စွမ်းဆောင်ရည်၏ ရလဒ်ကို ထပ်ခါထပ်ခါ ဆောင်ရွက်ရာတွင် အသက်မွေးဝမ်းကျောင်းဆိုင်ရာ ကျွမ်းကျင်ပိုင်နိုင်မှု သည် အထူးအရေးကြီးလှသည် ။ သင့်တွင် ရယူထားသော ဒီဂရီများ ရှိခြင်းကြောင့် ပရော်ဖက်ရှင်နယ် ဖြစ်မလာချေ။ တစ်ဦးတစ်ယောက်က သင့်ကို တိကျသော ရာထူးတစ်ခုပေးခြင်းကြောင့် သင်ပရော်ဖက်ရှင်နယ်တစ်ဦး ဖြစ်အောင်ပြုလုပ် ပေးသည် ။ သင်နှစ်သက်သောအရာတစ်ခုကို သင်ပြုလုပ်သောအခါ သင်သည် ၊ ပရော်ဖက်ရှင်နယ် တစ်ဦးဖြစ်သည် ။ ပြီးတော့ သင်နှစ်သက်သောအရာ ဆောင်ရွက်ခြင်းကို သင်ရပ်လိုက်သောအခါ သင် ပရော်ဖက်ရှင်နယ်ဖြစ်ဖို့ ရပ်လိုက်ခြင်းသာဖြစ်သည် ။

သူတို့ ၏ နယ်ပယ်သည် အားကစားဖြစ်စေ၊ ဆေးပညာဖြစ်စေ၊ ရေပိုက်သွယ်လုပ်ငန်းဖြစ်စေ၊ သရုပ်ဆောင်ဖြစ်စေ၊ ပရော်ဖက်ရှင်နယ်များသည် အကောင်းတက့ အကောင်းဆုံးဖြစ်ဖို့ ဆောင်ရွက် ကြသည် ။ သူတို့ သည် မကြာခဏဆိုသလို ကြိုးပမ်းအားထုတ်မှုမပါရှိဘဲ ဆောင်ရွက်ကြသည် ။ သို့ရာတွင် သူတို့ သည် အားကျစရာကောင်းသော ပိုင်နိုင်ကျွမ်းကျင်သူတစ်ဦးအဖြစ် ပြသကြသည် ။ ပရော်ဖက်ရှင်နယ်များ သည် အခြားသူများ ရယူရန် ခဲယဉ်းလှသော အကောင်းတက့ အကောင်းဆုံး အဆင့်ကို ဆောင်ရွက်ကြသည် ။ သူတို့ သည် အခြားသူများ မပြုလုပ်နိုင်သောအရာများကို မကြာခဏ ဆိုသလို ပြုလုပ်ကြသည် ။ သူတို့ သည် ကျယ်ကျယ်လောင်လောင် မပြောသော်

လည်း ပရော်ဖက်ရှင် နယ်များ သည် အလွန်ရှေးကျသောစည်းမျဉ်းကို လိုက်ပါဆောင်ရွက်ဟန်ရှိသည်။ ။

"ယင်းသည် တန်ဖိုးရှိသော ပြုလုပ်ခြင်းဖြစ်လျှင် ယင်းသည် ကောင်းစွာ ထိုက်တန်သော ပြုလုပ်ခြင်းဖြစ်သည်။" ပရော်ဖက်ရှင်နယ်များ သည် အချိန်တိုင်းတွင် ပြီးမြောက်အောင်မြင်ရန် သူတို့ ဘာလိုအပ်သလဲဆိုသည့်အပေါ် အပြည့်အဝ အာရုံစိုက်ကြသည်။ ။ သူတို့ သည် အပြည့်အဝ ပြုလုပ် ဆောင်ရွက်ရန် လိုအပ်သောအရာကို တစ်ဝက်တစ်ပျက် မလုပ်ကြချေ။ ပြီးတော့ ယခု ပြုလုပ်ရမည့် အရာကို သူတို့ မကြာမီလုပ်မည်ဟု မရွေးဆိုင်းကြချေ။

ပရော်ဖက်ရှင်နယ်များ သည် လူတိုင်း ထက်စာလျှင် သူတို့ ပြုလုပ်နေသောအရာနှင့် ပတ်သက်၍ ပိုမိုသိရှိကြသည်။ ။ ကျွန်တော့်ကျန်းမာရေးကို ကျွန်တော်သိရှိထားမှုနှင့် ကျနော်ဆရာဝန် သိရှိထားမှု အကြားခြားနားမှုကို နှိုင်းယှဉ်ကြည့်ပါ။ ကောလိပ်မှ ဘွဲ့ဒီဂရီရရှိခြင်းသည် အရေးကြီး လှသည် မဟုတ်ချေ။ ယင်းသည် "သိခြင်း"သာလျှင် ဖြစ်သည်။ ။ ယင်း "သိခြင်း"သည် အကြောင်း အရာ (ဘာသာရပ်)ဆိုင်ရာ မသိမသာ ကွာခြားချက်အားလုံးကို အသေးစိတ် နားလည်ခြင်းနှင့် ဆက်စပ်နေသည်။ ။

ပရော်ဖက်ရှင်နယ်များ သည် ပိုမိုလေ့လာရန် ဆက်တိုက် အားထုတ်မှုကို ကြိုးပမ်းကြဟန် တူသည်။ ။ ပြီးလျှင် သူတို့ ပြုလုပ်နေသောအရာတွင် ပိုမိုကောင်းမွန်မှုရရှိရန်အလို့ငှာ ပိုမိုအလေ့အကျင့် ပြုကြသည်။ ။ ပရော်ဖက်ရှင်နယ်များ သည် ကြေးမုံမှန်ပြင်တွင် ကြည့်သောအခါ "သင်သိပ်တော်တာပဲ" ဟု ပြောဆိုမည့်အစား သူတို့ က "သင်ပိုမို ကောင်းမွန်လာနိုင်ပါတယ်"ဟု ပြောဆိုကြသည်။ ။ ပရော်ဖက်ရှင်နယ်များ သည် အ

စဉ်အမြဲ တိုးတက်ရန် ကြိုးစားနေကြသည်။ သူတို့ သည် တူညီသော လုပ်ငန်းတာဝန်ကို နှုတ်အားဖြင့် ပြောဆို၍ ဖြစ်စေ၊ ရုပ်ခန္ဓာဖြင့် လှုပ်ရှား၍ ဖြစ်စေ၊ အကောင်းတကား အကောင်းဆုံးဖြစ်ရန် ထပ်ခါထပ်ခါ ဆောင်ရွက်နိုင်ကြသည်။ ။

အကယ်၍ သင်သည် အောက်ပါအချက်များကို ပြုလုပ်လျှင် သင့်ယှဉ်ပြိုင်ဘက်များ နှင့် သင့်နောက်လိုက် အရောင်းသမားများ ထက် ပိုရောင်းရပြီး ပရော်ဖက်ရှင်နယ်တစ်ဦး ဖြစ်လာလိမ့် မည်။

(၁) သင့်ထုတ်ကုန်ပစ္စည်းနှင့် ယှဉ်ပြိုင်နိုင်သော ထုတ်ကုန်ပစ္စည်းကို သိပါ

သင့်ထုတ်ကုန်ပစ္စည်း၊ ကုမ္ပဏီ၊ ဈေးကွက်နေရာ၊ ယှဉ်ပြိုင်နိုင်သော ထုတ်ကုန်ပစ္စည်းများ နှင့် ဖောက်သည် များကို လေ့လာပါ။ သင်ကိုယ်တိုင် သတင်းအချက်အလက်များ စုဆောင်းပါ။ ကျွမ်းကျင် သူတစ်ဦး ဖြစ်လာခြင်းဖြင့် သင်ကိုယ်တိုင် ခွဲခြားတတ်ပါစေ။

(၂) ရည်မှန်းချက် ပန်းတိုင်များ ချမှတ်ပြီး ယင်းတို့ ကို ရရှိအောင်မြင်ရန် စီမံချက်များ ချမှတ်ပါ

ဦးစားပေးမှုများ စာရင်းကို ပြုလုပ်ပြီး သင်၏ အရောင်းအောင်မြင်မှုကို ယင်းတို့ ဘယ်လောက်များများ ပါဝင်ကူညီနိုင်ခြင်း ပေါ်မူတည်၍ ယင်းတို့ ကို သတ်မှတ်ပေးပါ။ သင့်ဦးစားပေးမှုများကို တည့်တည့်မတ်မတ် ဆောင်ရွက်ပြီး အရေးကြီးသောအရာများ အပေါ်တွင် သင့်အချိန်ကို သုံးစွဲပါ။

(၃) ပြည့်စုံပြီး အကောင်းတကား အကောင်းဆုံးဖြစ်သည့်တိုင်အောင်

င် လေ့ကျင့်ပြီး အစဉ်အမြဲ တိုးတက်ရန် ကြိုးစားပါ

ရုပ်ရှင်မင်းသားတစ်ဦးသည် နှစ်သုံးဆယ်ကြာကြာ ရှိတ်စပီးယားနေရာ အခန်းကဏ္ဍတွင် သရုပ်ဆောင်သောအခါ သူသည် သူ့စကားလုံးများကို မပြောင်းချေ။ သူသည် အချိန်တိုင်း ပိုမိုကောင်းမွန်ရန် သရုပ်ဆောင်ဖို့ ကြိုးစားသည် ။ ယင်းကဲ့သို့ပင် ရောင်းချခြင်းတွင် အသုံးချနိုင် သည် ။

အထက်ပါ အကြောင်းအရာကို အောက်ပါထူးခြားသော စာဆိုစကားဖြင့် နိဂုံးချုပ်ပါမည်။ ။

"အပျော်တမ်းပုဂ္ဂိုလ်များက မျှော်လင့်ကြသည် ။ အသက်မွေးဝမ်းကျောင်းဆိုင်ရာ ပရော်ဖက် ရှင်နယ် ပုဂ္ဂိုလ်များက အလုပ်လုပ်ကြသည် "

ဂါဆန်ကင်နင်
(Garson Kanin)
