

THE COACH!

INN WHY MAGAZINE



ถึงประสบการณ์กว่า 30 ปี

โค้ชซึ่งนักขาย

“บรรณยง นราสวัสดิ์”

FWD

สู่อาชีพยั่งยืน



LINE@innwhy.tv



ถึงประสบการณ์กว่า 30 ปี

โค้ชซึ่งนักขาย FWD

“อุรณยง นราสวัสดิ์” สู่อาชีพยั่งยืน

ความตื่นเต้น!! ของตัวแทนค่าย “เอฟดับบลิวดี ประกันชีวิต” ได้ฟื้นคืนกลับชีพอีกครั้ง!! เมื่อ “**อุรณยง นราสวัสดิ์**” ผู้คร่ำหวอดในวงการมากกว่า 30 ปี ปรากฏร่างขึ้นบนเก้าอี้ “**ที่ปรึกษาประธานเจ้าหน้าที่บริหาร**” แอ็คติ้งหน้าที่ “**ประธานเจ้าหน้าที่ฝ่ายตัวแทน**” กุมบังเหียนทิศทางฝ่ายขายตั้งแต่กลางปี 2561 ที่ผ่านมา

นับเป็นช่วงจังหวะสำคัญที่เดียวกับการเข้ามาทำหน้าที่นี้ของ “**คุณอุรณยง นราสวัสดิ์**” หลังจากบรรยากาศเงียบๆ ดึงใจให้อ่อนล้าไร้แรงขับเคลื่อนได้คืบคลานเข้าสู่อารมณ์ของฝ่ายขาย เอฟดับบลิวดี ประกันชีวิต มาระยะหนึ่งก่อนหน้านั้น ท่ามกลางสถานการณ์แข่งขันดุเดือดในตลาดประกันชีวิตไทย เพราะทันทีที่มีการเปิดตัว “**ที่ปรึกษา CEO**” แล้วแอ็คติ้งควบบทบาท “**แม่ทัพฝ่ายขาย**” คนใหม่ขึ้นมา บรรยากาศตื่นเต้นเร้าใจก็กลับมาสู่อารมณ์ฝ่ายขายค่ายนี้อีกครั้ง!!

และก่อนจะสิ้นปี 2561 นี้ไป THE COACH INN Why Magazine Online ได้มีโอกาส “**ล้วงลับ**” เคล็ดดีๆ อันเป็นกลเม็ดเด็ดพรายของผู้มากประสบการณ์ในวงการนักขายตัวแทนมาอย่างยาวนานคนหนึ่งกว่า 30 ปี ของ “**คุณอุรณยง นราสวัสดิ์**” มานำเสนอให้สำหรับผู้ที่ต้องการความก้าวหน้าทางด้านอาชีพตัวแทนนักขายประกันชีวิต หรือที่ปรึกษาการเงิน ได้เรียนรู้ไว้เป็นแนวทางก้าวต่อไปได้อย่างน่าสนใจยิ่ง

“**คุณอุรณยง**” เริ่มต้นด้วยการย้อนประสบการณ์แชร์เล่าสู่กันฟังว่า ตลอดระยะเวลาช่วง 30 กว่าปี ซึ่งเขาได้ผลัดเปลี่ยนไปอยู่ในองค์กรต่างๆ หลากหลายแห่ง ซึ่งล้วนต่างเป็นองค์กรที่ “**ให้**” และ “**สั่งสม**” จนได้ “**ใช้**” ประสบการณ์เพื่อขับเคลื่อนองค์ประกอบไปสู่ความสำเร็จทั้งสิ้นนั้น มีความยากง่ายในการ “**บริหารจัดการ**” ไม่ต่างกัน โดยเขาให้เหตุผลว่า

“เพราะว่าในการบริหารหรือการจัดการนั้น ธุรกิจประกันชีวิตผ่านช่องทางตัวแทนนี้ก็หนีไม่พ้นจาก 1.การสร้างทีมงาน 2.สอน พัฒนากำกับ ติดตามเพื่อให้เขาประสบความสำเร็จ เพราะฉะนั้นตราบเท่าที่ยังอยู่ในอุตสาหกรรมนี้ ตราบเท่าที่ยังอยู่ในช่องทางจัดจำหน่ายผ่านตัวแทนนั้นความยากง่ายเหมือนกันครับ ไม่ว่าจะอยู่ที่ไหนก็ตาม”

“**คุณอุรณยง**” ย้ำว่า กลยุทธ์สำคัญอันเป็นปฐมบทเลยนั้น จะเริ่มจาก “**การสร้างคน การพัฒนาคน การกำกับดูแล และการติดตามผล**” เพราะธุรกิจประกันชีวิตโดยเฉพาะช่องทางจัดจำหน่ายผ่านตัวแทน

จะ “**วัดความสำเร็จ**” จากปริมาณของ “**ผลผลิต**” หรือเบี้ยประกันภัยที่มี “**คุณภาพ**” ให้เป็นไปตามมาตรฐานของอุตสาหกรรม เบี้ยหรือผลผลิตมาจาก “**ทีมงาน**” เพราะฉะนั้นการสร้างและการพัฒนาทีมงานก็คือ การสร้างเบี้ยหรือสร้างความสำเร็จนั่นเอง อันนี้ถือเป็น “**ปรัชญา**” หรือแนวทางหลักการปฏิบัติ

เมื่อมีหลักการแล้ว “**วิธีปฏิบัติ**” ก็ต้องมีความชัดเจนตามมา ซึ่ง “**คุณอุรณยง**” ฟูพั้นความเข้าใจให้เห็นภาพ “**ความพร้อม**” ของคนที่เป็นตัวแทนประกันชีวิตว่า คนที่อยู่ในธุรกิจประกันชีวิต โดยเฉพาะในประเทศไทยส่วนใหญ่แล้วไม่มีใครที่ “**จบ**” หลักสูตรประกันชีวิตแล้ว มาอยู่ในอุตสาหกรรมประกันชีวิต และประการต่อมาก็คือ น้อยคนจริงๆ ที่ตัดสินใจเข้าสู่ธุรกิจนี้แล้วมาทำงานเต็มเวลา (FULL TIME)

เมื่อมีหลักการแล้ว “**วิธีปฏิบัติ**” ก็ต้องมีความชัดเจนตามมา ซึ่ง “**คุณอุรณยง**” ฟูพั้นความเข้าใจให้เห็นภาพ “**ความพร้อม**” ของคนที่เป็นตัวแทนประกันชีวิตว่า คนที่อยู่ในธุรกิจประกันชีวิต โดยเฉพาะในประเทศไทยส่วนใหญ่แล้วไม่มีใครที่ “**จบ**” หลักสูตรประกันชีวิตแล้ว มาอยู่ในอุตสาหกรรมประกันชีวิต และประการต่อมาก็คือ น้อยคนจริงๆ ที่ตัดสินใจเข้าสู่ธุรกิจนี้แล้วมาทำงานเต็มเวลา (FULL TIME)

ส่วนใหญ่แล้วเป็นคนที่จบการศึกษาจากหลากหลายสาขา ไม่ว่าจะเป็นกฎหมาย ครู พยาบาล รัฐบาล ทำงานกันทั้งนั้น หลังจากถึงจุดๆหนึ่งแล้วมาสนใจธุรกิจประกันชีวิตเข้ามาเป็นพาร์ทไทม์ การเข้ามาเป็นพาร์ทไทม์ก็แปลว่า “องค์ความรู้หรือพื้นฐาน หรือฐานที่มั่นทางความรู้เรื่องประกันชีวิตนั้นไม่มีกันเลย”

เพราะฉะนั้นเมื่อคนที่เขามีใจมีความสนใจที่จะเข้าสู่ธุรกิจประกันชีวิตนี้แต่เขาไม่มีองค์ความรู้ฉะนั้นหลักการ วิธีการก็คือ เมื่อได้คนมาแล้วก็ต้องเติมความรู้ลงไป ทักษะที่เติมความรู้จะสร้างความมั่นใจ แต่ความมั่นใจยังไม่สามารถทำให้คนเกิดการขับเคลื่อนออกไปขายได้ ฉะนั้นเมื่อเติมความรู้ สร้างความมั่นใจ ต้องเติมแรงบันดาลใจจึงจะสร้างการขับเคลื่อนได้

“

การเติมความรู้เปรียบเสมือนรถยนต์คือ การสตาร์ทรถ รถติด เครื่องติด ตั้งกระพือ คล้ายๆรถจะเคลื่อนออกไป แต่ไม่เคลื่อน เพราะฉะนั้นวิธีการจะให้เคลื่อนต้องเข้าเกียร์ ทักษะที่เข้าเกียร์จะเกิดการขับเคลื่อน ธุรกิจประกันชีวิตก็เหมือนกัน เมื่อตัวแทนไม่มีความรู้เรามาเราก็เติมความรู้

”

ความรู้ที่เติมเต็มมัน **“คุณบรรณพงษ์”** ย้ำบอกว่า มีอยู่ 2 ทาง คือ 1.ความรู้ในเชิงศาสตร์ คือ ความรู้ที่เกี่ยวกับเหตุกับผล เป็นเหตุเป็นผล เป็นความจริงในธุรกิจประกันชีวิตคือ คุ่มครอง เก็บออม สวัสดิการ กฎเกณฑ์ เงื่อนไข กติกา

และ 2.ความรู้ในเชิงศิลป์ ศิลป์ก็คือ ศิลปะ การขาย ศิลปะการถ่ายทอด ศิลป์เกิดจากศาสตร์ที่ล้ำลึก วิจิตร คือหมายความว่า ถ้าเรามีความรู้ในเชิงศาสตร์ (ข้อ 1) อย่างล้ำลึกจะทำให้สิ่งที่นักขายรู้ แล้วจะถ่ายทอดออกมาเป็น ศิลปะการขายบนการเจรจา การขาย บนแนวคิดการขายที่ถูกต้องได้

นอกจากนี้แล้ว ยังควรจะต้องปลูกฝังให้ตัวแทนเกิดความตระหนักสำนึกในการทำหน้าที่ของตัวแทนอย่างเคร่งครัด 4 ประการ คือ

1. การเรียนรู้ ทุกลมหายใจเข้าออกของนักขายต้องมุ่งสู่การเรียนรู้ เพราะความรู้ทำให้เราเกิดความเชื่อมั่นในการทำการ ความรู้ทำให้เกิดความเชื่อมั่นในการตัดสินใจแก้ไขปัญหาเมื่อเจออุปสรรค ความรู้ทำให้เราเกิดความเชื่อมั่นในการวางแผนว่าช่วงใดเราควรรุกช่วงใดเราควรถอย นักขายจึงจำเป็นต้องเรียนรู้เพื่อเป็นต้นทุนในการทำงาน

2. การออกขาย นักขายต้องออกพบผู้มุ่งหวังเพื่อเสนอขาย โดยก่อนออกพบผู้มุ่งหวังเราควรจะมีการปฏิบัติตามขั้นตอนเพื่อให้

สามารถหวังผลได้ด้วยการ คัดรายชื่อผู้มุ่งหวังและเอารายชื่อผู้มุ่งหวังมาวิเคราะห์เพื่อวางแผนการขาย ภายใต้แนวทาง 5 ขั้นตอน คือ การเปิดใจเพื่อเสนอขาย การดำเนินการขาย การตอบข้อโต้แย้ง การสรุปการขาย และ การปิดการขาย

3. การบริการหลังการขาย เมื่อเงื่อนไขกรมธรรม์ถูกเริ่มต้นตัวแทนควรจะต้องให้บริการกับลูกค้าอย่างซื่อสัตย์และจริงใจตรงไปตรงมาตามที่เคยให้คำมั่นสัญญาที่ให้ไว้กับลูกค้า

4. การพัฒนาตนเอง อาชีพนักขายเป็นอาชีพที่มีเกียรติและมีอนาคตอันยาวไกล นักขายจึงจำเป็นต้องมีการพัฒนาตนเอง ทั้งเรื่องความรู้ แนวคิด วิธีการ หรือบุคลิกภาพจะต้องถูกต้อง สอดคล้องอย่างมืออาชีพจึงจะทำให้ตัวแทนสามารถสำเร็จมีทั้งรายได้และความก้าวหน้าได้ดังที่ปรารถนา

และความรู้ที่นักขายต้องมี! คือ “6 รู้” ได้แก่ **1. ต้องรู้จักองค์กร** ถ้ารู้จักองค์กรก็จะเชื่อมั่นองค์กร **2. ต้องรู้จักอาชีพนักขายประกันชีวิต** คืออะไร ขายอย่างไร การรู้จักอาชีพจะทำให้เรารู้ว่าเราต้องทำหน้าที่อะไรบ้าง การรู้จักอาชีพทำให้รู้จักหน้าที่ อย่างตัวแทนรู้จักอาชีพ หน้าที่ตัวแทนคือ เรียนรู้ ออกขาย บริการหลังการขาย พัฒนาตนเอง เป็นต้น





3. **ต้องรู้จักผลิตภัณฑ์** คุ่มครอง เก็บออม สวัสดิการ หรือร่วมลงทุน ก็จะทำให้เราขายประกันชีวิตให้ใคร เพื่อให้รู้ว่าลูกค้าคือใคร

4. **ต้องรู้จักกระบวนการการขาย** ทำให้รู้ว่าการขายประกันชีวิต นั้นขายอย่างไร อะไรก็ตามที่เราไม่คุ้นเคย ไม่รู้จัก ไม่เคยชิน เราจะเรียกสิ่งนั้นว่ายาก แต่อะไรก็ตาม ยากแค่ไหนก็ตาม ทำซ้ำๆ ทำบ่อยๆ ทำจนเคยชิน ก็จะเรียกว่า ง่าย

รู้ต่อมาคือ 5. **ต้องรู้จักโครงสร้างของรายได้และความก้าวหน้า** ผลที่รู้คือจะเกิดแรงบันดาลใจ เมื่อคนๆ หนึ่งรู้ว่า อย่างก้าวต่อไป เค้าจะเจออะไร จะพบอะไร เห็นอะไร ต้องทำอะไรเพื่อให้ได้มา ทุกครั้งที่เจออุปสรรค เขาก็พร้อมที่จะฝ่าฟัน แต่ถ้าคนคนหนึ่งนั้น ทำงานด้วยใจสู้แต่ไม่รู้ข้างหน้าคืออะไร วันหนึ่งโดนเข้าไป 3-4 หมัดซ้ำๆ เจอลูกค้าปฏิเสธติดต่อกัน 3 ราย 5 ราย ติดต่อกัน ดวงจิตก็สามารถแตกดับได้

“จุดที่โดดเด่นมากที่สุดของอาชีพนี้นั้น เป็นอาชีพอิสระ คำว่า อิสระในที่นี้ หมายถึง ทำมากได้มาก ทำก่อนสำเร็จก่อน ไม่มีเพดานจำกัด ไม่ได้บอกเวลาทำงาน แปดโมงครึ่งจนถึง 5 โมงเย็น บางครั้ง เราสามารถตื่นได้ตั้งแต่เวลาตี 4 ตี 5 ทำงานเตรียมการได้ ฉะนั้นอันนี้ถือว่า อาชีพอิสระ แปลว่า ทำมาก ทำก่อนได้ก่อน ไม่มีเพดานจำกัด อาชีพนี้ถึงบอกว่า เปิดปากเมื่อไหร่เปิดร้านเมื่อนั้น ทุกที่เป็นที่ทำเลของเรา”

และ 6. **ต้องรู้จัก “คู่แข่ง”** การรู้จักคู่แข่งหมายถึงว่า ธุรกิจประกันชีวิตในประเทศไทยมีอยู่ทั้งหมด 24 บริษัท รับประกันตรงและอีก 1 บริษัทรับประกันภัยต่อ ทุกบริษัทนั้นมีจุดอ่อน จุดแข็ง ฉะนั้น “เรา” ต้องบอกกับตัวเองให้ได้ว่า ทุกครั้งที่ก้าวเท้าออกไปจะต้องเจอสินค้าของคู่แข่งต่างๆ ที่ต้องเจอแน่ 1-2 บริษัท

“ตรงนี้หลักๆ เราควรที่จะรู้จัก ผลิตภัณฑ์ กฎเกณฑ์ เงื่อนไขของคู่แข่ง เพื่อใช้เปรียบเทียบ และตอบข้อโต้แย้งกรณีลูกค้าถาม”

“**คุณบรรณยง**” กล่าวถึงแนวทางการเข้าถึงลูกค้าในยุคปัจจุบันว่า ทุกวันนี้มีเทคโนโลยี ดิจิตอล ที่หลายคนมองเป็นอุปสรรค หลายคนมองเป็นโอกาส ดังนั้น “พวกเรา” ในฐานะ “**นักขาย**” เกิดมาในช่วงรอยต่อระหว่างคนดำรงชีวิตในรูปแบบเก่าหรือ วิถีชีวิตในรูปแบบเก่ามาสู่วิถีชีวิตแบบใหม่มาสู่เทคโนโลยี มาสู่ดิจิตอล ทุกคนต้องเท่าทันกับสิ่งที่เกิดขึ้น

“**หมายความว่า** คนในสังคมยังมีคนกลุ่มหนึ่งโลกจะเปลี่ยนแปลงอย่างไร ยังมีแนวคิดเหมือนเดิมยังรุ่งเรืองได้แบบเดิมโดยไม่จำเป็นต้องตามอะไรมากมาย มักเป็นกลุ่มเจ้าของธุรกิจ เจ้าของร้านค้า เจ้าของสวนเกษตรกร ชาวประมง เขาไม่สนใจว่าดิจิตอลจะไปถึงไหน เป็นต้น

สิ่งที่เขารู้ เขาเป็นนักธุรกิจ เป็นนักการเงิน เพราะฉะนั้นเราในฐานะที่เป็นนักขาย เราก็เสนอขายรูปแบบเดิมได้”

ขณะเดียวกัน มีคนที่เกิดมาในยุคหลัง เช่น เจนวาย (GENERATION Y) บุคคลเหล่านี้มีความรู้ มีความมั่นใจ เข้าใจตัวเองสูง มีความเชี่ยวชาญเทคโนโลยี รู้ทุกเรื่อง รู้อย่างกว้างไกล รู้ทุกสิ่งที่อยู่ใกล้ตัว รู้ทุกสิ่งที่อยู่ไกลตัว คนเหล่านี้ชอบคิดเอง ชอบตัดสินใจเอง มีสติปัญญาเพียงพอที่จะพิจารณาด้วยเหตุด้วยผลเองได้ ตามข้อเสนอ ตามสิ่งที่เขาเห็น สิ่งปรากฏ

“ฉะนั้นถ้าเราใช้วิธีการในรูปแบบเดิมในการขายอาจจะไม่ได้ผล เขาอาจตัดสินใจซื้อผ่านดิจิตอล ผ่านออนไลน์ เขาตัดสินใจเองได้ คิดเองได้ว่าเขาต้องการอะไร ดังนั้นไม่ว่าโลกจะเปลี่ยนแปลงไปอย่างไรการเป็นนักขายต้องเท่าทันการขายทั้ง 2 รูปแบบครับ”

“**คุณบรรณยง นราสวัสดิ์**” กล่าวเปิดทางให้ผู้สนใจได้มองเห็นโอกาสที่จะเดินเข้าสู่ถนน “**นักขาย FWD**” ด้วยเหตุผลดีๆ ว่า ต้องบอกว่าสิ่งที่พิสูจน์ได้อย่างเป็นทางการของ บมจ.เอฟดับบลิวดี ประกันชีวิต และชัดเจนมาก จึงเป็นองค์ประกอบสำคัญที่จะทำให้ “**ผู้สนใจ**” มั่นใจในความมั่นคงของการเป็นส่วนหนึ่งขององค์กรนี้คือ

1. ความมั่งคั่งอย่างมั่นคง ของผู้ถือหุ้น
2. ทุกประเทศที่ เอฟดับบลิวดี ประกันชีวิต ไปลงทุนมุ่งหน้าไปทิศทางเดียวกัน คือเตรียมพร้อมเติบโตของธุรกิจแบบก้าว
3. บมจ.เอฟดับบลิวดี ประกันชีวิต มีที่ทำการอยู่ที่ตึกสินทร 5 ชั้น และที่ตึกเดอะไนท์ พระรามเก้า อีก 4 ชั้น ยังมีสาขาส่งงานตัวแทนต่างๆ มีพนักงานส่วนที่เป็นสต๊าฟ 800-900 คน มีฝ่ายขายประมาณ 4,000 คน ที่สำคัญที่สุดบุคลากรที่อยู่ที่นี่ เป็นบุคลากรที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญในอุตสาหกรรมประกันชีวิตทั้งในยุโรป เอเชีย

โดยเขาสรุปรวมความว่า ที่กล่าวมาทั้งหมด 3 ข้อนี้ ยังเป็นองค์ประกอบสำคัญสำหรับการเตรียมการที่ “เอฟดับบลิวดี ประกันชีวิต” กำลังปรับตัวเองจาก “ตั้งรับ” ไปเป็น “เชิงรุก” เพื่อการเติบโตขององค์กรเกินความคาดหมายที่จะเกิดขึ้นตามมานี้อีกด้วย!!

“ส่วนของผู้ที่มารับผิดชอบในส่วนของการดูแลช่องทางตัวแทน ก็ปรับเปลี่ยนผลิตภัณฑ์ อย่างคุ้มครองควบการลงทุน ยูนิค ลิงค์ เป็นต้น หรือ ลูกค้านำสามารถซื้อผลิตภัณฑ์ไปเพื่อลดหย่อนภาษี ซื้อเพื่อคุ้มครองบุคคลสำคัญที่เราเรียกว่า ชายแบบ คีย์แมน หรือการขายเพื่อวางแผนการคุ้มครองการเสียชีวิตมรดก ฉะนั้นต้องบอกว่า ผลิตภัณฑ์ต่างๆ แนวทางต่างๆ องค์ความรู้ต่างๆ วันหนึ่งที่บริษัททำได้ เตรียมการให้ฝ่ายขายสามารถออกไปนำเสนอขายในรูปแบบของผู้นำในอุตสาหกรรมได้”

สุดท้าย “คุณบรรณียง นรารัตน์” ได้กล่าวถึงเป้าหมายของฝ่ายขายเอฟดับบลิวดี ประกันชีวิต ในยุคที่เขาดูแลนับจากนี้ไปว่า จะมุ่ง “สร้างคนใหม่พัฒนาคนเก่า” โดยเน้นสร้างคนใหม่ให้มีความเป็น “มืออาชีพ” ที่สามารถวัดความเป็นมืออาชีพได้จาก 1. ความรู้จริงในสิ่งที่เขาทำ 2. มีแนวคิดที่ถูกต้องในสิ่งที่เขาทำ 3. มีทักษะหรือ ความชำนาญในงานที่เขาทำ และ 4. มีนิสัยหรือพฤติกรรมที่ดีในการประกอบการ

นี่คือ เป้าหมายวัตถุประสงค์ที่ชัดเจน!! มาก ถ้าทำเรื่องนี้ได้สำเร็จ

พลพลิต คุณภาพ ทุกสิ่งอย่างก็จะตามมา

ที่สำคัญที่สุด คือ **ความรู้**

คือ สรรณะที่เราสามารถยึดมั่นเชื่อได้และเสื่อมยาก



อัพเดท news ใช้ชีวิตรับมือวัยเกษียณ ได้ที่ INNWHY.COM

เพียงแอดไลน์ Official Account

[@innwhy.tv](https://www.innwhy.tv)



หรือสแกน QR Code
ตรงนี้เลย !!

