บทนำ

ต้นฉบับของหนังสือการ์ตูนเล่มนี้มาจากหนังสือชื่อ “100 yen no Cola wo 1,000 yen de Uru Houhou (เทคนิคการขายโคล่า 100 เยนในราคา 1,000 เยน)” ซึ่งเขียนในรูปแบบนวนิยายเมื่อเดือนธันวาคม ปี 2011

“เทคนิคการขายโคล่า 100 เยนในราคา 1,000 เยน” เป็นเรื่องราวที่เกิดขึ้น ณ บริษัทรับเขียนโปรแกรมบัญชีโคมะซาว่าโชกะอิ ซึ่ง มิยามาเอะ คุมิ สุดยอดพนักงานขายผู้ใช้เทคนิคการขายเชิงรุก ต้องการสร้าง “สินค้าที่ลูกค้าพึงพอใจ” จึงย้ายมาอยู่ฝ่ายวางแผนผลิตภัณฑ์ และได้พบกับ โยดะ มาโกโตะ เธอได้เรียนรู้การตลาดในเชิง “ขายคุณค่า” ผ่านการฝ่าฟันปัญหาต่างๆ และมีประสบการณ์มากขึ้นในฐานะนักวางแผนผลิตภัณฑ์

อันที่จริง มิยามาเอะ คุมิ มีส่วนคล้ายคลึงกับบริษัทญี่ปุ่น

สินค้าญี่ปุ่นมีคุณภาพดีที่สุดในโลก ทว่าปัจจุบันญี่ปุ่นกลับตกอยู่ในสภาวะ “ผลิตสินค้าคุณภาพสูง ทำงานได้หลากหลาย แต่ทำกำไรต่ำ”

“แนวคิดลูกค้าคือพระเจ้า” ฝังรากลึกในการดำเนินธุรกิจของญี่ปุ่นมาแต่โบราณ การตอบสนอง "ความต้องการของลูกค้า" อย่างขยันขันแข็งของคนญี่ปุ่น ได้สร้างสินค้าคุณภาพดีที่สุดในโลกโดยมุ่งเน้นอุตสาหกรรมการผลิตในยุคที่เศรษฐกิจเติบโตอย่างรวดเร็วและแสดงความแข็งแกร่งอย่างหาตัวเปรียบมิได้ แต่ขณะเดียวกันก็ก่อให้เกิดการแข่งขันที่เกินเลยภายในประเทศ

และตลอด 20 ปีที่ผ่านมา การตอบสนองความต้องการของลูกค้าไปเสียทุกอย่าง กลับทำให้ญี่ปุ่นสูญเสียความแตกต่างจากคู่แข่ง จนเกิดเรื่องขำไม่ออกที่ว่า “สินค้ามีคุณภาพสูงแต่ทำกำไรต่ำ”

การที่ตัวละครหลัก มิยามาเอะ คุมิ คิดว่า “การตอบสนองความต้องการของลูกค้าทุกอย่าง” เป็นเรื่องถูกต้องแน่นอนนั้น คล้ายคลึงกับบริษัทญี่ปุ่นสมัยนี้ และกุญแจที่จะไขทางออกได้คือ การตระหนักถึงคุณค่าของบริษัทที่มีต่อปัญหาของลูกค้า

ผมได้รับเสียงตอบรับมากมายจากคนหนุ่มสาวที่ได้อ่านต้นฉบับ “เทคนิคการขายโคล่า 100 เยนในราคา 1,000 เยน” ไม่ว่าจะเป็น “เข้าใจความสนุกของการตลาดเสียทีจากที่เคยมองว่าเป็นเรื่องยาก” “เพิ่งรู้ว่าปัญหาในที่ทำงานอธิบายด้วยทฤษฎีการตลาดได้” “อยากเรียนการตลาดในมหาวิทยาลัย” แม้แต่ผู้บริหารหรือนักธุรกิจเปี่ยมประสบการณ์ก็ชื่นชมว่า “มีสรุปย่อประเด็นสำคัญที่ตนเองเรียนรู้จากการทำงานแต่ไม่สามารถอธิบายออกมาเป็นคำพูดได้ และอยากนำไปใช้เป็นเอกสารประกอบการอบรมผู้บริหารของบริษัท”

ในฉบับการ์ตูนนี้ คุณอาเบะ ฮานะจิโร่ ได้สรุปย่อประเด็นสำคัญจากต้นฉบับมาถ่ายทอดในรูปแบบที่เข้าใจง่ายผ่านภาพวาดที่สวยงาม และในครั้งนี้ได้เพิ่มบทวิเคราะห์ในแต่ละบทด้วย ผมจะดีใจเป็นอย่างยิ่ง หากหนังสือเล่มนี้มีส่วนช่วยให้ผู้อ่านตระหนักถึง “แนวคิดลูกค้าคือพระเจ้า” กันมากขึ้น

ธันวาคม ปี 2012 นาไง ทาคาฮิสะ

แนะนำตัวละคร

มิยามาเอะ คุมิ

ทำงานในบริษัทรับเขียนโปรแกรมบัญชี "โคมะซาว่าโชกะอิ" เป็นคนขยันทำงาน เคยสังกัดและสร้างผลงานในฝ่ายขายมา 10 ปี แต่แล้วตัดสินใจย้ายมาอยู่ฝ่ายวางแผนผลิตภัณฑ์ มีข้อเสียตรงที่เป็นคนเจ้าอารมณ์

โยดะ มาโกโตะ

รองผู้จัดการฝ่ายวางแผนผลิตภัณฑ์ที่คุมิทำงานอยู่ เชี่ยวชาญเรื่องการตลาด และได้รับความไว้วางใจจากผู้จัดการแผนกอย่างสูง

อิโนะอุเอะ ทาโร่

พนักงานขายรุ่นเดียวกับคุมิ มักถูกคุมิข่มเหงและใช้งานหนัก

ยามาคุระ ทาคาชิ

ทำงานในบริษัท "โคมะซาว่าโชกะอิ" เป็นที่ปรึกษามากประสบการณ์ ใช้ผลิตภัณฑ์ของบริษัทบ่งชี้ประเด็นปัญหาแก่ลูกค้าได้

HOW TO SELL A 100 YEN COLA FOR 1000 YEN

ขาย 100 ให้ได้ 1,000
สุดยอดการตลาดขั้นเทพ! ขายอย่างไรให้ได้กำไรมาก

บทนำ 2

ปฐมบท **มิยามาเอะ คุมิ ปรากฏตัว!** 9

Round 1

ทำไมบริษัทรถไฟของอเมริกาถึงซบเซา 15

-------- นิยามธุรกิจ

บทสรุปและประเด็นสำคัญ 26

Round 2

ทำไม "สินค้าที่ผลิตตามความคิดเห็นของลูกค้า" ถึงขายไม่ได้ 29

-------- หลุมพรางของแนวคิดลูกค้าคือพระเจ้า

บทสรุปและประเด็นสำคัญ 40

Round 3

ถึงจะตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ 100 เปอร์เซ็นต์ แต่ก็ยังได้ 0 คะแนน 43

-------- กลไกความต้องการของลูกค้า

บทสรุปและประเด็นสำคัญ 60

เทคนิคการลดราคา 63

Round 4

-------- กลยุทธ์ของผู้ท้าชิงและผู้นำตลาด

บทสรุปและประเด็นสำคัญ 74

เหตุผลที่หมากฝรั่งไซลิทอลได้รับความนิยม 77

Round 5

-------- การสร้างคุณค่า และกลยุทธ์น่านน้ำสีคราม

บทสรุปและประเด็นสำคัญ 94

สถานเสริมความงามที่ไม่โฆษณาผลิตภัณฑ์ดูแลผิว 97

Round 6

-------- การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ให้ได้เปรียบในการแข่งขัน

บทสรุปและประเด็นสำคัญ 108

ไม่ต้องเสนอขายสินค้าด้วยตัวเอง 111

Round 7

-------- กลยุทธ์ช่องทางการจัดจำหน่าย และการสร้างสถานการณ์ Win-Win

บทสรุปและประเด็นสำคัญ 124

Round 8

เทคนิคการขายโคล่า 100 เยน ในราคา 1,000 เยน 127

-------- ความน่ากลัวของส่วนลด และการขายสินค้าให้ได้ราคา

บทสรุปและประเด็นสำคัญ 138

Round 9

ทำไมลุคส์ประหยัดพลังงานถึงล้มเหลว แต่คูลบิซกลับประสบความสำเร็จ 141

-------- ความต่อเนื่องของการสื่อสารเชิงกลยุทธ์

บทสรุปและประเด็นสำคัญ 150

Round 10

สินค้าใหม่ต้องขายได้เสมอไปงั้นหรือ 153

-------- ทฤษฎีนวัตกร และ ทฤษฎีหุบเหว

บทสรุปและประเด็นสำคัญ 162

บทส่งท้าย **สงครามการตลาดไม่มีที่สิ้นสุด** 165

ภาคผนวก ทฤษฎีการตลาดที่กล่าวถึงในหนังสือเล่มนี้ 170

ประวัติย่อ 175

เนื้อหาในหนังสือเล่มนี้เป็นเพียงความคิดเห็นส่วนตัว
ของเจ้าของต้นฉบับ นาไง ทาคาฮิสะ เท่านั้น
ไม่ใช่การแสดงจุดยืน กลยุทธ์ หรือความคิดเห็นของ
บริษัท IBM ประเทศญี่ปุ่นที่เจ้าของต้นฉบับทำงานอยู่

ปฐมบท มิยามาเอะ คุมิ ปรากฏตัว!

ลูกค้ารายใหญ่ของผู้นำในวงการบริษัทแวลูแม็กซ์เปลี่ยนมาใช้ "โปรแกรมบัญชีขายหน้าร้าน" ของเราสินะครับ

บริษัทยามาชิตะการค้า...

คุณโยดะรู้เรื่องบริษัทยามาชิตะการค้าไหม

เมื่อหลายวันก่อน

เดี๋ยวจะมีพนักงานขายเป็นผู้หญิงย้ายจากสาขาภูมิภาคมาประจำที่โตเกียว

พนักงานหญิงคนนี้แหละ!

เป็นผลงานของ

ใช่แล้ว!

กับดักเสน่หา

ไงล่ะ

สุดยอดเลยนะครับ

ถึงกับจัดฉากย้ายบ้านไปอยู่ห้องข้างๆ ของผู้จัดการฝ่ายบัญชีเพื่อล้วงข้อมูลในช่วงเสนอขายผลิตภัณฑ์...

วิธีการของหล่อนสุดยอดมาก!!

อุ๊ย

หรือที่เรียกว่า

หล่อนชื่ออะไรครับ
น่าจะชื่อมิยามาเอะ คุมินะ
ก๊กก๊ก
เพื่อให้ลูกค้าตกลงเซ็นสัญญา...
ส่วนลูกค้าบางคนที่ "ปฏิเสธพนักงานขายที่เป็นผู้หญิง"
หล่อนลงทุนสวมวิกผู้ชาย ใส่สูทผู้ชาย และเตรียมนามบัตรพิมพ์ชื่อผู้ชาย....
มิยามาเอะ อิซะโอะ
คราวนี้หล่อนไม่ใช่พนักงานขายนะ
แต่จะย้ายมาอยู่ฝ่ายวางแผนผลิตภัณฑ์ของเราต่างหาก
พนักงานขายหนุ่มสาวของเราไม่มีพวกกระดูกแข็งแบบนี้
น่าจะเป็นตัวกระตุ้นที่ดี ผมอยากเจอจังเลยครับ
เพราะฉะนั้น
ฉันให้โยดะดูแลหล่อนอย่างเต็มตัวเลยนะ ฝากด้วยละ
เปะ
เปะ
ยังเร็วไปล้านปีย่ะ!!

ถึงสถานีแล้ว! ลงมาเดี๋ยวนี้!

จ๊อก แจ

ว่าไงนะ ขอโทษเหรอ

ขอโทษครับ ขอโทษครับ

จ๊อก แจ

นี่ไม่ใช่เรื่องล้อเล่นนะ! การลวนลามมันเป็นอาชญากรรม!! ลงมาเลย! ฉันจะลากคอไปหาตำรวจ!

จ๊อก แจ

อะไรน่ะ

จ๊อก แจ

เอ๊ะ โรคจิตเหรอ

...

บริษัทโคมะซาว่าโชกะอิ

บริษัทโคมะซาว่าโชกะอิ

เอาละ
เกิดอะไรหลายๆ อย่างก็เลยช้ากว่ากำหนด
แต่คนที่ย้ายมาแผนกวางแผนผลิตภัณฑ์ใกล้จะถึงแล้ว
ขออนุญาตค่ะ
แกร๊ก
ขว๊บ
ฉันทำงานเป็นพนักงานขายมาตลอด 10 ปี
และมีผลงานพอสมควรค่ะ
ก๊ก
ก๊ก
อ๊ะ มาแล้วสินะ คุณ มิยามาเอะ คุมิ ช่วยแนะนำตัวต่อหน้าทุกคนหน่อยนะ
ค่ะ
แต่ว่าพอกันที
เพราะว่า
อ๊ะ... ผู้หญิงที่เจอบนรถไฟ
ก๊ก