



คู่มือการจัดทำต้นแบบการนำเสนอและเจรจาธุรกิจ
สำหรับ **Franchise B2B**

คู่มือการจัดทำต้นแบบการนำเสนอและเจรจาธุรกิจ

สำหรับ Franchise B2B

คำนำ

คู่มือฉบับนี้จัดทำขึ้นเพื่อเป็นต้นแบบในการนำเสนอและเจรจาธุรกิจสำหรับผู้ประกอบการที่ผ่านหลักสูตรการพัฒนาธุรกิจเข้าสู่ระบบแฟรนไชส์ (Franchise B2) ซึ่งจะช่วยให้ผู้ประกอบการใช้เป็นแนวทางในการเตรียมความพร้อมสำหรับการเข้าร่วมกิจกรรมงานแสดงธุรกิจ ซึ่งเป็นกิจกรรมที่จะช่วยให้ผู้ประกอบการมีโอกาสพบกับผู้ที่สนใจลงทุน พร้อมทั้งเป็นโอกาสที่จะช่วยให้ผู้ประกอบการได้แนะนำธุรกิจของตนให้เป็นที่รู้จักแพร่หลายในระดับประเทศ ทั้งนี้งานแสดงธุรกิจเป็นงานที่มีความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง เพราะเป็นงานที่รวมเอาผู้ประกอบการต่างๆ เข้ามาไว้ด้วยกัน ซึ่งจะดึงดูดนักลงทุนที่กำลังมองหาธุรกิจให้มาเยี่ยมชมและเลือกธุรกิจที่สนใจ ดังนั้นธุรกิจต่างๆ ที่มาร่วมงานแสดงจึงต้องสร้างจุดเด่นและวางแผนการเตรียมตัวมาให้ดี เพราะผู้ลงทุนจะมีโอกาสเลือกและได้เห็นธุรกิจต่างๆ ที่น่าสนใจมากมายในการมาเยี่ยมชมงานแสดงธุรกิจ หากผู้ประกอบการขาดการวางแผนงานและการเตรียมความพร้อมสำหรับการออกงานแสดงธุรกิจ ก็เท่ากับเป็นการกระทำที่สูญเปล่าไม่ก่อให้เกิดประโยชน์ใดๆ ในทางการตลาดแม้แต่น้อย และยังอาจทำให้ภาพลักษณ์ของธุรกิจเองดูไม่น่าเชื่อถืออีกด้วย

คู่มือการเตรียมความพร้อมนี้จึงจัดทำขึ้นให้มีเนื้อหาครอบคลุมปัจจัยที่ผู้ประกอบการต้องเตรียมตัวให้พร้อม ในทุกด้านเพื่อให้ธุรกิจของผู้ประกอบการมีความโดดเด่น และเป็นที่สนใจของผู้ที่เข้ามาเยี่ยมชมธุรกิจ อีกทั้งยังเป็นสิ่งที่จำได้เมื่อผ่านช่วงงานแสดงธุรกิจไปแล้วไม่ว่าจะนานแค่ไหน สำหรับการจัดเตรียมความพร้อมของงานแบ่งออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่

1. การเตรียมการตกแต่งพื้นที่ (Space management & Decoration)
2. การเตรียมเอกสารต่างๆ ที่ต้องใช้ (Documentary)
3. การเตรียมคนและการกำหนดหน้าที่ (People & Role)

นอกจากนั้น ยังบรรจุขั้นตอนหรือกระบวนการเจรจาธุรกิจไว้ให้เพื่อใช้เป็นแนวทางการดำเนินการเมื่อเสร็จสิ้นการออกงานแสดง ซึ่งการขายแฟรนไชส์นั้นเป็นการขายด้วยกระบวนการมากกว่าการขายด้วยความสามารถหรือทักษะการขายแบบนักขายทั่วไป เพราะลำดับขั้นตอนต่างๆ มีความสำคัญและมีจุดมุ่งหมายเพื่อที่จะสรรหาผู้ที่มีความเหมาะสมมากที่สุดสำหรับการให้สิทธิ์ในการซื้อแฟรนไชส์ ผู้จัดทำหวังเป็นอย่างยิ่งว่าคู่มือฉบับนี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการในการเตรียมตัวเพื่อนำเสนอธุรกิจและเจรจาธุรกิจ ช่วยในการพัฒนาศักยภาพของธุรกิจด้วยกลยุทธ์แฟรนไชส์ต่อไป

สารบัญ

การทำความเข้าใจกับระบบแฟรนไชส์	1
การเข้าร่วมงานนิทรรศการแสดงธุรกิจ (Exhibition)	2
ก่อนขยายธุรกิจด้วยกลยุทธ์แฟรนไชส์	3
การจัดเตรียมความพร้อมของงาน	4
1. เตรียมตัวกับการตกแต่งพื้นที่ (Space management & Decoration)	4
2. การเตรียมเอกสารที่ต้องใช้ (Documentary)	15
3. การเตรียมคนและการกำหนดหน้าที่ (People & Role).....	17

คู่มือการจัดทำต้นแบบการนำเสนอและเจรจาธุรกิจ สำหรับ Franchise B2B

การทำความเข้าใจกับระบบแฟรนไชส์

ระบบแฟรนไชส์ คือ การโคลนนิ่งธุรกิจหรือการสร้างธุรกิจให้สามารถถ่ายทอดเป็นสาขาที่ต่อเนื่องได้ ด้วยการบริหารงานที่ทำให้มี “ความเป็นมาตรฐาน” และการสร้างรูปแบบร้านค้าที่เหมือนกับร้านต้นแบบกระจายออกไปเป็นร้านสาขา และสามารถสร้างร้านเหล่านั้นให้ประสบความสำเร็จได้เช่นเดียวกับการดำเนินการของร้านที่เป็นแม่แบบ จุดประสงค์ของการโคลนนิ่งก็คือ การสร้างสิ่งที่ดีคงที่เหมือนกันกับต้นแบบแต่ให้มากขึ้นในด้านจำนวน ดังนั้น ร้านที่เป็นต้นแบบต้องเป็นธุรกิจที่มีรายได้ มีผลกำไรทางธุรกิจที่ดีและมีประโยชน์จริงกับผู้บริโภค การสร้างธุรกิจให้เป็นแฟรนไชส์ได้จึงต้องศึกษาเข้าใจระบบงาน การทำงานทุกกระบวนการของร้าน มีการกระตุ้นความต้องการในตลาดทั้งสินค้าและตราสินค้า การสร้างแฟรนไชส์ต้องมีทั้งชื่อเสียงของตราสินค้าที่ได้รับการยอมรับ สินค้าต้องมีมาตรฐาน ทีมงานที่คอยพัฒนาระบบ และมีการบริหารจัดการความรู้ความเชี่ยวชาญอย่างแท้จริง

“ความเชี่ยวชาญ” คือ ความสามารถที่จะทำสิ่งใดได้ดีกว่าหรือที่คนอื่นไม่สามารถทำได้ การทำสิ่งที่คนอื่นทำไม่ได้นั้นต้องมีวิธีการซึ่งต้องเป็นกระบวนการที่ประกอบกันเป็นรูปแบบ ทำซ้ำได้ ควบคุมได้จริง นั่นคือการมีระบบงานที่ดีนั่นเอง

หลักการของการสร้างแฟรนไชส์ให้ได้นั้น ต้องเริ่มจากความสามารถที่สร้างตลาด สร้างความนิยมในสินค้าและบริการที่นำเสนอได้จริง เป็นที่รู้จักของกลุ่มเป้าหมายเสียก่อน และทำให้ธุรกิจเติบโตด้วยการขยายสาขาอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากความสามารถที่จะวางรูปแบบการทำงานได้อย่างเป็นระบบ มีความเป็นมาตรฐานจนขยายวิธีการได้ต่อเนื่องไม่มีข้อจำกัด รวมทั้งพิสูจน์ได้ถึงผลประโยชน์ที่ดีของธุรกิจอย่างต่อเนื่อง และเมื่อองค์กรมีสมาชิกในระบบแฟรนไชส์ขึ้นมาแล้ว สิ่งที่ต้องสร้างให้เกิดขึ้นในมวลหมู่สมาชิกคือ ความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน ไม่ว่าในตัวผู้เข้าร่วมสมาชิกเอง บริษัทที่เป็นบริษัทแม่กับสมาชิก รวมถึงความสัมพันธ์ที่ดีต่อบริษัทคู่ค้าทั้งหลาย องค์กรที่เป็นระบบแฟรนไชส์จึงเป็นเสมือนองค์กรที่ต้องสามารถสานประโยชน์ร่วมกันได้เป็นอย่างดี (Hunt, 1973)

“ร่วมกันสร้าง แบ่งกันรวย ช่วยกันโต”

กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์



การเข้าร่วมงานนิทรรศการแสดงธุรกิจ (Exhibition)

งานแสดงธุรกิจ (Exhibition) เป็นงานที่มีความสำคัญ เพราะเป็นงานที่รวมเอาธุรกิจที่ต้องการขยายด้วยระบบ แฟรนไชส์มาไว้ด้วยกัน และเป็นงานที่ได้รับความนิยมจากผู้ลงทุนและผู้ที่กำลังมองหาการลงทุนในธุรกิจที่ต้องการมากขึ้นเรื่อยๆ งานแสดงธุรกิจมีมากมายทั้งในประเทศและต่างประเทศ ผู้ประกอบการสามารถใช้โอกาสจากการเข้าร่วมงานแสดงธุรกิจนี้ เพื่อมองหากลุ่มเป้าหมายที่ต้องการ ตลอดจนนำธุรกิจไปสู่ตลาดให้เป็นที่รู้จักได้ทั้งในระดับท้องถิ่นภายในประเทศและระดับสากลที่อยู่ต่างประเทศต่างๆ และเนื่องจากมีผู้ประกอบการเป็นจำนวนมากจึงก่อให้เกิดการแข่งขันกันสร้างจุดเด่นและความน่าสนใจให้กับธุรกิจของตัวเอง ผู้ประกอบการจึงต้องมีการเตรียมความพร้อมในการที่จะเข้าร่วมงานให้ดี ซึ่งการเตรียมความพร้อมนั้นอาจต้องใช้เวลาเตรียมล่วงหน้าอย่างน้อย 4-6 เดือน สำหรับผู้ประกอบการใหม่เลยทีเดียว เรื่องที่ต้องให้ความสำคัญมากมีอยู่ 3 เรื่อง คือ

1. การเตรียมการตกแต่งพื้นที่ (Space management & Decoration)
2. การเตรียมเรื่องเอกสารที่ต้องใช้ (Documentary)
3. การเตรียมคนและการกำหนดหน้าที่ (People & Role)

ผู้ประกอบการที่จะเริ่มขยายธุรกิจด้วยกลยุทธ์แฟรนไชส์ จำเป็นต้องตรวจสอบธุรกิจตัวเองให้ดีกว่าก่อนว่ามีองค์ประกอบของความพร้อมเพียงใดสำหรับการขยายสาขาด้วยกลยุทธ์แฟรนไชส์ ความพร้อมดังกล่าวจะมีนัยสำคัญคือ หนึ่ง แปรนัยของธุรกิจเป็นที่รู้จักในวงกว้างและได้รับความนิยมขนาดไหน ซึ่งหมายถึงมีฐานลูกค้าของธุรกิจใหญ่เพียงใด รวมทั้งภาพลักษณ์ของสินค้าและบริการเป็นอย่างไร สอง ธุรกิจมีสาขามากแค่ไหน จำนวนสาขาคือสิ่งที่บ่งบอกถึงความเชี่ยวชาญและความสามารถในการบริหารจัดการสาขา เรื่องนี้คือความเชี่ยวชาญของผู้ประกอบการอย่างแท้จริง และ สาม ทีมงานและระบบงาน เป็นองค์ประกอบที่จะทำให้ความเชี่ยวชาญต่างๆ นั้น สามารถถ่ายทอดได้อย่างเป็นระบบ เมื่อผู้ประกอบการมีองค์ประกอบของความพร้อม 3 ข้อดังกล่าวแล้ว การเริ่มต้นขยายธุรกิจด้วยกลยุทธ์แฟรนไชส์จะเป็นเดินหน้ารุกตลาดเพื่อสร้างการเติบโตและส่วนแบ่งการตลาดต่อไป



ก่อนขยายธุรกิจด้วยกลยุทธ์แฟรนไชส์

ผู้ประกอบการควรมีเครื่องมือและข้อมูลที่จำเป็นต้องรู้เพื่อใช้เป็นแนวทางในการวางแผนอย่างมีเป้าหมาย ไม่ใช่ขยายไปก่อนแล้วค่อยไปว่ากัน เครื่องมือและข้อมูลต่างๆ ที่ควรจะต้องมีต้องสามารถตอบคำถามเหล่านี้ได้อย่างชัดเจน คำถามที่ต้องการคำตอบมีดังต่อไปนี้

1. อัตราค่าธรรมเนียมต่างๆ ที่พึงเรียกเก็บนั้น เหมาะสมแล้วหรือไม่ ?
2. มูลค่าการลงทุนต่อสาขาของร้าน ประมาณเท่าไร ?
3. ทำเลที่เหมาะสมสำหรับการเปิดร้าน มีเกณฑ์ในการพิจารณาอะไรบ้าง ?
4. กลุ่มเป้าหมายหลัก กลุ่มเป้าหมายรองของธุรกิจ คือใคร ?
5. อัตราผลตอบแทนต่อการลงทุนของแฟรนไชส์ซี และระยะเวลาคืนทุน เป็นเท่าไร ?
6. เกณฑ์ที่จะใช้พิจารณาผู้ที่จะเข้าร่วมธุรกิจประกอบไปด้วยอะไรบ้าง ?
7. หากขยายธุรกิจไปยังต่างประเทศ จะเลือกรูปแบบใดในการให้สิทธิ ?
8. หากขยายธุรกิจไปยังต่างประเทศ ผู้ประกอบการต้องการจำนวนของร้านสาขาเท่าไร ถึงจะเหมาะสมกับการสนับสนุน ?
9. ทีมงานที่มีอยู่ มีศักยภาพในการสนับสนุนการสร้างสาขาได้เพียงใด ?

คำถามเหล่านี้มีไว้สำหรับให้ผู้ประกอบการได้ทบทวน และเตรียมความพร้อมในการเริ่มต้นขยายธุรกิจต่อไป สิ่งสำคัญที่สุดสำหรับผู้ประกอบการคือ การเป็นผู้ประกอบการที่ต้องมีความเชี่ยวชาญในธุรกิจของตนเองเป็นอย่างดี ไม่ว่าจะเป็นความเชี่ยวชาญด้านสินค้าและบริการ ความเชี่ยวชาญด้านการบริหารจัดการทีมงานอย่างเป็นระบบ ความเชี่ยวชาญด้านการสร้างตลาดและฐานลูกค้าของธุรกิจ ตลอดจนความเชี่ยวชาญที่จะถ่ายทอดความรู้ให้กับแฟรนไชส์ซีได้ หากผู้ประกอบการมีความเชี่ยวชาญครบทุกด้าน การขยายธุรกิจด้วยกลยุทธ์แฟรนไชส์จะทรงพลังและสร้างความยั่งยืนได้อย่างแน่นอนที่สุด

การจัดเตรียมความพร้อมของงาน

1. เตรียมตัวกับการตกแต่งพื้นที่ (Space management & Decoration)

การตกแต่งพื้นที่ที่มีความสำคัญมากสำหรับการไปร่วมออกงานแสดงธุรกิจ เพราะผู้ประกอบการต้องแสดงให้เห็นให้ผู้สนใจเข้าใจและเข้าถึงแนวคิดของธุรกิจได้ผ่านการตกแต่งพื้นที่ที่แสดง ซึ่งวิธีการที่ง่ายที่สุดก็คือการออกแบบพื้นที่ให้เหมือนกับลักษณะร้านปัจจุบันนั่นเอง



การตกแต่งพื้นที่ในลักษณะนี้แม้ว่าจะให้ความรู้สึกและแสดง “แนวคิดของร้าน (Shop concept)” ได้ดีที่สุด แต่ก็ต้องใช้งบประมาณสูงด้วยเช่นกัน รวมทั้งการเคลื่อนย้ายขนย้ายสำหรับไปแสดงในต่างประเทศบ่อยๆ อาจมีต้นทุนค่าใช้จ่ายที่สูง จึงเหมาะกับงานแสดงธุรกิจที่มีขนาดใหญ่ ผู้ประกอบการมุ่งหวังเรื่องการสร้างภาพลักษณ์และสร้างความน่าสนใจรวมถึงแสดงศักยภาพของธุรกิจ ให้กับผู้สนใจเข้าชมงานเพื่อการจดจำและการนำไปประชาสัมพันธ์ต่อไป

การตกแต่งพื้นที่อีกลักษณะหนึ่งที่นิยมใช้กัน คือ การใช้อุปกรณ์มาตรฐานต่างๆเข้ามาช่วยซึ่งสามารถถอดเก็บและประกอบได้ง่าย สามารถเคลื่อนย้ายไปได้สะดวกและมีราคาไม่สูงมาก

(ตัวอย่างอุปกรณ์มาตรฐานต่างๆ ที่แสดงไว้รวมทั้งราคา เป็นเพียงการแนะนำเบื้องต้นสำหรับในประเทศไทยเท่านั้น)

ภาพแสดงอุปกรณ์มาตรฐานต่างๆ



ภาพแสดงอุปกรณ์มาตรฐานต่างๆ



หลักเกณฑ์ในการกำหนด Concept ของ Booth

1. ต้องไม่ซับซ้อนจนเกินไป กำหนดพื้นที่ให้สอยให้ถูกวัตถุประสงค์
2. เน้นตราสินค้า และทำให้ธุรกิจเด่นชัดกว่าคู่แข่งอื่นๆ
3. การจัดองค์รวมให้เป็นหนึ่งเดียวกัน
4. เน้นความรู้สึกที่ดีและน่าประทับใจ เมื่อมีผู้มาเยี่ยมชม ทั้งการต้อนรับและการบริการ
5. กำหนดขั้นตอนในการนำเสนอ และวิธีการนำเสนอ

อาจใช้เทคนิคขององค์ประกอบอื่นๆ ที่มีสีสันเพื่อสร้างความน่าสนใจต่างๆ เช่น การแต่งตัวของเจ้าหน้าที่ ของที่ระลึก การนำเสนอที่มีการเคลื่อนไหวต่างๆ เพื่อเรียกให้เข้ามาเยี่ยมชม Booth

การจัดแสดงแบบเต็มรูปแบบ



การแสดงผลง่ายและใช้อุปกรณ์มาตรฐาน



การจัดแสดงแบบ Show case



การสร้างจุดเด่นให้กับ Booth ด้วยองค์ประกอบอื่นๆ



การใช้อุปกรณ์มาตรฐานและการสร้างจุดเด่นให้กับ Booth แบบง่ายๆ



การจัด Booth ที่ไม่ควรให้เกิดลักษณะเช่นนี้



การตกแต่งที่ไม่เอาใจใส่
และไม่มีจุดดึงดูด

ใช้ก๊อปปี้ คุณไม่เรียบร้อยและ
การใช้วัสดุที่เหี่ยวเฉา



การจัด Booth ที่ไม่ควรให้เกิดลักษณะเช่นนี้



ปล่อย Booth ว่างไว้ ขาดความเป็นมืออาชีพไม่มีการเตรียมพร้อม

การตกแต่งที่ไม่เรียบร้อย
โดยใช้กระดาษติดแปะ ทำให้ไม่น่าดู

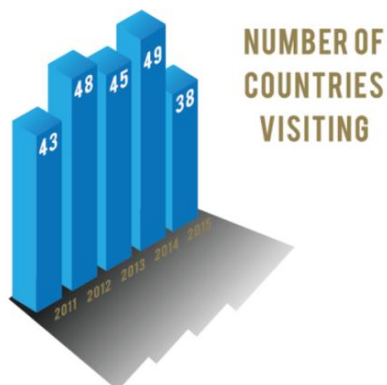


คำแนะนำเพิ่มเติม

ก่อนการออกงานแสดงนิทรรศการ ควรทำการศึกษาข้อมูลของงานให้ดี เช่น ข้อมูลของผู้จัดงานเป็นใคร มีวัตถุประสงค์และเป้าหมายในการจัดงานอย่างไร ผลงานการจัดงานที่ผ่านมาเป็นอย่างไร มีสถิติผู้เข้าชมงานมากน้อยเท่าไร มาจากไหนบ้าง ใช้การโฆษณาประชาสัมพันธ์งานอย่างไร เคยจัดงานในสถานที่หรือประเทศใดมาแล้วบ้าง ผู้เข้าร่วมงานหลักของผู้จัดงานเป็นใครบ้าง ราคาพื้นที่ต่อตารางเมตรเท่าไร มีสิ่งอำนวยความสะดวกอะไรให้บ้าง

ข้อมูลเหล่านี้จะช่วยให้ผู้ประกอบการวางแผนและตัดสินใจได้ง่ายขึ้น ควรระลึกไว้ว่าการขยายธุรกิจด้วยกลยุทธ์แฟรนไชส์ ควรมีการวางแผนการขยายไว้ให้ชัดเจน โดยเฉพาะการขยายไปยังต่างประเทศ ซึ่งต้องวางแผนให้ละเอียดรอบคอบตลอดจนต้องเตรียมเครื่องมือที่ต้องใช้ให้ดี

ตัวอย่างข้อมูลของผู้จัดงาน



2. การเตรียมเอกสารที่ต้องใช้ (Documentary)

วัตถุประสงค์ที่สำคัญในการออกงานนิทรรศการนั้น คือ การสร้างการรับรู้และมองหาผู้มุ่งหวังที่จะลงทุน ดังนั้น เอกสารที่จำเป็นสำหรับการออกงานนิทรรศการ จึงต้องเป็นเอกสารที่ทำหน้าที่ในการแนะนำบริษัทและธุรกิจ รวมทั้งเอกสารที่ทำหน้าที่บันทึกข้อมูลของผู้เข้ามาเยี่ยมชม Booth เพื่อนำไปใช้ดำเนินการต่อเมื่อจบงานนิทรรศการ เอกสารหลักที่ต้องใช้ในการออกงานแสดงได้แก่

1) Franchise Brochure

หน้าที่ของ Franchise Brochure คือ การทำให้ผู้สนใจและเยี่ยมชม Booth ได้รู้จักความเป็นมาของธุรกิจ ประวัติและศักยภาพของบริษัท ซึ่งหมายถึง ศักยภาพทุกด้านของธุรกิจซึ่งรวมถึงผู้บริหารและทีมงานของธุรกิจที่มีอยู่ ตลอดจนการให้ข้อมูลเรื่องสินค้าและบริการของธุรกิจ ลักษณะร้านค้าและพื้นที่ที่ต้องการใช้ ขั้นตอนและคุณสมบัติของผู้ที่ต้องการจะเข้ามาเป็นแฟรนไชส์ซีและการสนับสนุนจากทีมงานของบริษัท ฯ ที่เตรียมไว้สำหรับผู้ที่ได้รับสิทธิ์เป็นแฟรนไชส์ซี



การจัดทำ Franchise Brochure ต้องให้ความสำคัญกับการออกแบบและภาพลักษณ์ของธุรกิจ การเลือกใช้ตัวหนังสือ ภาพประกอบ การจัดวาง ตลอดจนสีที่ใช้ ต้องคงความเป็นอัตลักษณ์ของธุรกิจให้ดี หากผู้ประกอบการที่ต้องการขยายธุรกิจไปยังต่างประเทศ ก็ต้องทำให้มีภาษาอังกฤษหรือภาษาท้องถิ่นที่ต้องการจะเข้าไปเปิดตลาดในประเทศนั้นๆ เพิ่มเติม

2) Lead Sheet

เราจะเรียกผู้ที่สนใจเข้ามาเยี่ยมชม Booth ว่า Lead โดยปกติ Lead จะเข้ามาเพื่อขอข้อมูลและซักถามข้อมูลเพิ่มเติมมากมาย ทีมงานจึงต้องรู้ว่าขอบเขตการให้ข้อมูลจะให้ได้มากแค่ไหน ข้อมูลหลักที่ทีมงานจะต้องให้กับผู้สนใจ คือ ข้อมูลเกี่ยวกับความเป็นมาของธุรกิจ แนวคิดธุรกิจ สินค้าและบริการ ตลอดจนแนวคิดร้าน รวมทั้งตลาดและกลุ่มผู้บริโภคหลัก จำนวนสาขา ระบบการให้การสนับสนุน หลังจากให้ข้อมูลกับผู้เข้ามาเยี่ยมชม Booth แล้ว ทีมงานจะต้องขอข้อมูลในการติดต่อกลับจาก Lead ข้อมูลดังกล่าว

จะผ่านการกรอกในแบบฟอร์มที่เรียกว่า Lead Sheet ซึ่งจะมีช่องสำหรับการขอข้อมูล Lead เบื้องต้น เพื่อใช้ในการดำเนินการภายหลังจากงานนิทรรศการเสร็จสิ้นต่อไป

3) Lead Record

ในแต่ละวันของการออกงานแสดงนิทรรศการ รายชื่อ Lead ที่ได้จาก Lead Sheet ควรนำมาสรุปลงใน Lead Record เพื่อที่จะได้ทำการสรุปและแยกข้อมูลต่างๆ ออกเป็นหมวดหมู่ การออกแบบ Lead Sheet และ Lead Record จะขึ้นอยู่กับความต้องการของผู้ประกอบการว่าต้องการให้ Lead ให้ข้อมูลมากน้อยเพียงใดและต้องการข้อมูลแค่ไหน ข้อมูลที่ต้องการในเบื้องต้นนั้นไม่ควรจะลึกหรือมากเกินไป ควรเป็นข้อมูลพื้นฐานโดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อใช้ในการติดต่อภายหลัง และใช้ในการประเมินความสนใจที่ Lead มีต่อธุรกิจ รวมทั้งการให้ข้อมูลของทีมงาน และการขอข้อมูลเพิ่มเติมจาก Lead

4) Franchise Sales Kit

เมื่อมีความจำเป็นต้องคุยกับ Lead ที่มีความสนใจและต้องการลงทุนอย่างจริงจัง ผู้ประกอบการควรจัดทำเครื่องมือในการขายแฟรนไชส์ไว้ ซึ่งเป็นการรวบรวมข้อมูลและเนื้อหาที่จำเป็นต้องใช้ในการพูดคุยกับ Lead ที่สนใจ เครื่องมือดังกล่าว คือ Franchise Kit ซึ่งมีเนื้อหาที่สำคัญประกอบด้วย

- ความเป็นมาของบริษัท (Company profile)
- แนวคิดและหลักการเรื่องแฟรนไชส์ (Franchise concept)
- สิทธิประโยชน์ของแฟรนไชส์ซี (Franchisee benefits)
- แนวคิดทางการตลาด (Marketing concept)
- ร้านค้า-สินค้าและบริการ (Shop & Product details)

ตัวอย่าง Lead sheet และ Lead Record อย่างง่าย

LEAD SHEET

REQUEST FOR ADDITIONAL INFORMATION

NAME

ADDRESS

TEL

MOBILE

EMAIL

OCCUPATION/COMPANY

NOTE:

Prospect Record				
วันที่	เวลา	สรุปการสนทนา / ข้อมูลทั่วไป	วัสดุที่ส่งให้	วันที่ติดตาม

3. การเตรียมคนและการกำหนดหน้าที่ (People & Role)

เมื่อผู้ประกอบการตัดสินใจที่จะเข้าร่วมงานแสดงนิทรรศการแล้ว ผู้ประกอบการย่อมต้องกำหนดเป้าหมายไว้ว่าต้องการจะขยายธุรกิจไปยังประเทศใด ในกรณีที่ไปร่วมงานแสดงนิทรรศการยังต่างประเทศ รวมทั้งมีเป้าหมายที่ชัดเจนว่าจะต้องมีจำนวนสาขาที่ต้องการเพิ่มขึ้นเป็นจำนวนเท่าไร ดังนั้นการร่วมงานแสดงนิทรรศการทุกครั้งจึงต้องหาบุคลากรที่มีความเหมาะสมเพื่อให้สามารถนำเสนอธุรกิจและโน้มน้าวให้ผู้เข้าชม Booth ให้ข้อมูลที่น่าสนใจได้ ตลอดจนสร้างการจดจำที่ดีให้กับ Lead ผู้ประกอบการจึงต้องพิจารณาหาผู้ที่ที่จะเข้ามารับผิดชอบใน Booth โดยพิจารณาคุณสมบัติเบื้องต้น ดังนี้

1. มีบุคลิกภาพที่ดี มีความกระตือรือร้น พุดจาแนเชื่อถือ
2. มีทักษะในการนำเสนอ ทักษะในการรับฟัง ที่ดี
3. มีความสามารถทางภาษา (กรณีจะไปต่างประเทศ)
4. มีทัศนคติที่ดีและมนุษยสัมพันธ์ที่ดี รักการพบปะพูดคุยกับคนทั่วไป
5. เป็นผู้ที่มีความรับผิดชอบ มีเป้าหมายที่ชัดเจนในชีวิต

คุณสมบัติเบื้องต้นของผู้ที่จะไปปฏิบัติงานใน Booth จะทำให้เกิดความได้เปรียบเมื่อ Lead ผ่านหรือเข้ามาเยี่ยมชม เพราะคุณสมบัติเหล่านี้จะสร้างความน่าสนใจให้กับธุรกิจ และสามารถเชิญชวนผู้ที่เข้ามาเยี่ยมชมเข้ามาให้ข้อมูลและนำเสนอธุรกิจได้ แต่ก่อนที่ทีมงานเหล่านี้จะไปประจำอยู่ที่ Booth ผู้ประกอบการต้องเตรียมความพร้อมสำหรับแนวทางในการปฏิบัติของผู้ปฏิบัติการใน Booth ดังนี้

1. กำหนดจำนวนเป้าหมายของ Lead ที่มีคุณสมบัติตามที่ต้องการ
2. การจัดเวลาเข้าทำงานให้สัมพันธ์กับระยะเวลาของงานนิทรรศการและจำนวนผู้ที่ปฏิบัติงานใน Booth
3. การกำหนดผู้มีหน้าที่รับผิดชอบประจำ Booth ในแต่ละรอบการทำงาน
4. ขั้นตอนการปฏิบัติงานตั้งแต่การเริ่มต้นเข้ามาเปิด Booth จนกระทั่งการปิด Booth
5. การทักทาย และ การกล่าวขอบคุณและส่ง Lead ออกจาก Booth
6. วิธีการและขั้นตอนการนำเสนอธุรกิจ ทั้งกรณีที่มีอุปกรณ์ช่วย เช่น Video presentation หรือการนำเสนอผ่าน Franchise Brochure
7. เตรียมคำถามและคำตอบ สำหรับ Lead ที่เข้ามาเยี่ยมชม Booth ตลอดจนคำถามที่ทีมงานควรสอบถาม Lead
8. วิธีการขอให้ Lead ให้ข้อมูลผ่าน Lead sheet
9. กำหนดแบบฟอร์มสำหรับสวไมล์ของทีมงานที่ไปปฏิบัติงานใน Booth

รายการเตรียมความพร้อมออกงานแสดงนิทรรศการ						
ชื่องานแสดง _____		สถานที่ _____				
ระยะเวลา _____		ผู้รับผิดชอบโครงการ _____				
ลำดับ	งานที่ต้องดำเนินการ	กำหนดแล้วเสร็จ	ผู้รับผิดชอบ	สถานะของงาน		
				On	Fin.	C/N
1	การออกแบบ Booth					
2	ขนาดพื้นที่ sqm.					
3	พิจารณาแบบ-1st Draft					
4	พิจารณาแบบ-2nd Draft					
5	พิจารณาแบบ-3rd Draft					
6	Final - Perspective					
7	อุปกรณ์ที่ต้องใช้เพิ่มเติม					
8	สรุปงบประมาณที่ต้องใช้					
9	การเข้าดำเนินการติดตั้งและตกแต่งพื้นที่					
10	การขนย้ายอุปกรณ์ที่ต้องใช้เข้าพื้นที่					
11	เอกสารที่ต้องใช้					
12	Franchise brochure จำนวน pcs.					
13	Lead sheet จำนวน pcs.					
14	Lead record จำนวน pcs.					
15	Franchise sales kit จำนวน pcs.					
16	การเตรียมทีมงานที่ปฏิบัติงาน					
17	การคัดเลือก					
18	การอบรมเบื้องต้น					
19	การจัดรอบการทำงาน					
20	ชุดฟอร์มที่ต้องใช้ จำนวน ชุด					
21	การรื้อถอนและขนย้าย					
22	ขนย้ายอุปกรณ์ที่ใช้กลับ					
23	รื้อถอนอุปกรณ์ที่ใช้ในการตกแต่ง					
24	สรุป ผลการปฏิบัติงาน					
25	แผนการดำเนินงานขั้นตอนต่อไป					



กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์