



**KHON KAEN
ESTATE**

CONNECTING KHON KAEN • YOUR FUTURE



A PRACTICAL GUIDE
FOR **REAL ESTATE**
PROFESSIONALS
WORKING WITH
INTERNATIONAL
CLIENTS

MASTERING ENGLISH FOR REAL ESTATE

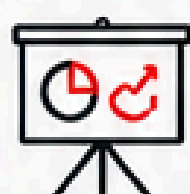
ภาษาอังกฤษสำหรับ
นายหน้าอสังหาฯ
สู่ตลาดลูกค้าต่างชาติ

COMMUNICATION • PRESENTATION • NEGOTIATION • CLOSING



COMMUNICATION

Build trust and
strong relationships



PRESENTATION

Present properties
with impact



NEGOTIATION

Handle objections
and close deals



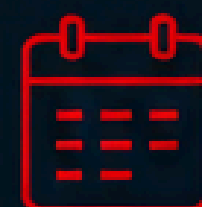
CLOSING

Create value and
long-term connections



SIPIM PIWATTHONGCHAI

International Real Estate
Communication Guide



2026
EDITION

คำนำ

จุดเปลี่ยนของทุกคนเกิดขึ้นได้เสมอ การเปลี่ยนแปลงไปสู่สิ่งที่ดีกว่าต้องแลกด้วยความอดทน เวลาและการเรียนรู้ ในระยะเวลากว่า 15 ปีที่ดิฉันทำงานในวงการด้านการศึกษาในฐานะเป็นที่ปรึกษาแนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศ สร้างความสำเร็จให้กับผู้คนจำนวนมาก แต่กระนั้นเมื่อดิฉันมองกลับมาที่ตัวเองค้นพบว่าตัวเองยังต้องการสร้างความสำเร็จที่มากกว่าที่ทำไว้

เมื่อปี 2019 ดิฉันได้พาตัวเองย้ายไปอยู่ที่ประเทศออสเตรเลีย การไปอยู่ในดินแดนใหม่ต้องใช้ระยะเวลาในการปรับตัว 4 ปีคือเวลาที่เรียนรู้วิถีชีวิตรวมทั้งโอกาสต่างๆในดินแดนแห่งจิตใจ ดิฉันได้ค้นพบว่าสายงานด้านนายหน้าอสังหาริมทรัพย์ในออสเตรเลียนั้นเป็นงานที่สร้างความสำเร็จและความมั่นคงเป็นอย่างยิ่ง และนี่คือจุดเปลี่ยนจากการเป็นที่ปรึกษาด้านการศึกษาไปสู่เส้นทางของที่ปรึกษาการลงทุนหรือนายหน้าอสังหาริมทรัพย์

หนังสือเล่มนี้ดิฉันต้องการเขียนเพื่อสร้างแรงบันดาลใจ และให้ความรู้สำหรับนายหน้าชาวไทยที่ต้องการเพิ่มศักยภาพของตัวเองไปสู่ตลาดสากล เนื้อหาในหนังสือเล่มนี้จะประกอบไปด้วยหลักทางวิชาการที่ดิฉันได้เรียนรู้จากหลักสูตรการเรียนประกาศนียบัตรนายหน้าอสังหาริมทรัพย์จาก Kangan Institute และยังรวมเอาหลักคิดจากการเรียน MBA-RMIT University มารวมใส่ด้วย นอกจากนี้ยังมีเนื้อหาจากประสบการณ์จริงในการทำงานตำแหน่ง Leasing Consult & Sales ที่ดิฉันทำงานในเมืองเมลเบิร์นประเทศออสเตรเลียมาใส่ให้ไว้ให้คุณได้อ่านกัน

ด้วยความเคารพและหวังเป็นอย่างยิ่งว่าคู่มือเล่มนี้จะเป็นประโยชน์ต่อคุณ



สีพิม พิวธงไชย

บทนำ : The Mindset of an International Agent การสร้างเชื่อมั่นและการปรับทัศนคติสู่การเป็นนายหน้าระดับสากล ความสำคัญของ Executive Presence ในโลกอสังหาริมทรัพย์	1-2
---	------------

บทที่ 1: Building Trust & First Impressions (การสร้างความน่าเชื่อถือตั้งแต่วินาทีแรก) - Professional Greetings & Introductions: การแนะนำตัวให้น่าเชื่อถือแบบมืออาชีพ - Small Talk for Business: ศิลปะการสนทนาเพื่อละลายพฤติกรรมลูกค้าต่างชาติ - Case Study: การต้อนรับลูกค้าที่สนใจลงทุนข้ามชาติ (ไทย-ออสเตรเลีย)	3-7
---	------------

บทที่ 2: Property Presentation & Storytelling (การนำเสนอทรัพย์สินอย่างมีระดับ) - Describing Features vs. Benefits: เปลี่ยนฟีเจอร์ของบ้านให้เป็น "คุณประโยชน์" ที่โดนใจลูกค้า - Power Words for Luxury Properties: การใช้คำศัพท์ที่ช่วยเพิ่มมูลค่าให้กับทรัพย์สิน - Virtual Tour & In-person Viewings: วาทศิลป์การนำชมบ้านทั้งแบบออนไลน์และสถานที่จริง	8-12
---	-------------

บทที่ 3: Handling Objections & Problem Solving (การรับมือกับข้อโต้แย้งและการแก้ปัญหา) - Dealing with Difficult Questions: การตอบคำถามเรื่องราคา สภาพทรัพย์สิน หรือทำเล อย่างชาญฉลาด - The Art of Negotiation: ภาษาที่ใช้ในการต่อรองเพื่อให้ได้ข้อเสนอที่พึงพอใจทั้งสองฝ่าย - Case Study: การแก้ปัญหาเฉพาะหน้าเมื่อลูกค้ามีความกังวลเรื่องการโอนเงิน หรือข้อกำหนดทางกฎหมาย	13-16
---	--------------

บทที่ 4: Closing the Deal & Essential Documents (การปิดการขายและเอกสารสำคัญ) - Asking for the Sale: การขอปิดการขายอย่างนุ่มนวลแต่หนักแน่น - Understanding Basic Agreements: คำศัพท์สำคัญในสัญญาจะซื้อจะขายและสัญญาเช่า - Next Steps & Follow-ups: การดูแลหลังการขายเพื่อสร้างคอนเนกชันในระยะยาว	17-18
---	--------------

บทที่ 5: Professional Communication & Personal Branding (การสื่อสารเชิงธุรกิจและการสร้างตัวตน) - Writing High-converting Emails: การเขียนอีเมลนัดหมายและสรุปผลการเจรจา - Professional Profile on LinkedIn: การเขียนโปรไฟล์นายหน้าให้น่าสนใจในระดับสากล	19-20
--	--------------

บทส่งท้าย: Leadership in Real Estate การพัฒนาตนเองสู่การเป็นผู้นำในสายงานอสังหาริมทรัพย์ ถอดบทเรียนจาก Leadership & Management / MBA-RMIT University	21
---	-----------

The Mindset of an International Agent

แนวคิดนายหน้ามืออาชีพสากล

การสร้างเชื่อมั่นและการปรับทัศนคติสู่การเป็นนายหน้าระดับสากล

หลายคนมีภาพจำการทำงานเป็นนายหน้าจากอดีต ไม่ว่าจะจากพ่อแม่ ญาติพี่น้อง หรือเพื่อนฝูง ที่ทำงานด้านนี้ ภาพจำนั้นทำให้หลายๆคนยังทำงานในรูปแบบเดิมและใช้วิธีคิดในแบบเดิม ในความเป็นจริงอาชีพนายหน้าอสังหาริมทรัพย์ได้พัฒนาไปไกลมาก การเป็น "นายหน้าระดับสากล" จึงไม่ใช่แค่การพูดภาษาอังกฤษได้ แต่คือการเปลี่ยนบทบาทจาก "ผู้ช่วยขาย" (Sales Assistant) มาเป็น "ที่ปรึกษาการลงทุน" (Investment Consultant) ที่ลูกค้าให้ความไว้วางใจ

ในระดับสากล โดยเฉพาะในตลาดที่มีความเข้มงวดสูงอย่างออสเตรเลีย ลูกค้าไม่ได้มองหาแค่คนที่มาเปิดประตูบ้านให้ดู แต่เขามองหาผู้เชี่ยวชาญที่สามารถวิเคราะห์ความคุ้มค่า ให้ข้อมูลเชิงสถิติที่แม่นยำ และที่สำคัญที่สุดคือ "ความโปร่งใสภายใต้กรอบจริยธรรมและกฎหมาย"

หากคุณยังยึดติดกับวิธีคิดเดิมที่เน้นการปิดการขายให้จบไปโดยไม่สนวิธีการ คุณอาจจะทำกำไรได้ในระยะสั้น แต่ในตลาดสากล "ชื่อเสียงและเครดิต" (Reputation & Credibility) คือสินทรัพย์ที่มีมูลค่าสูงที่สุด หากคุณสูญเสียมันไปเพียงครั้งเดียว โอกาสในระดับโลกจะปิดตัวลงทันที

ดังนั้น การปรับทัศนคติในก้าวแรกนี้ คือการยอมรับว่า:

1. เราคือตัวแทนภาพลักษณ์ของผู้ขายและทรัพย์สิน: ทุกคำพูดและท่วงท่าของเรามีผลต่อมูลค่าของอสังหาริมทรัพย์นั้นๆ

2. การเรียนรู้ไม่มีวันสิ้นสุด: กฎหมายเปลี่ยน เทคโนโลยีเปลี่ยน เราจึงต้องอัปเดตตัวเองให้ทันโลกเสมอ เหมือนที่ดิฉันเลือกศึกษาต่อ MBA เพื่อนำหลักการบริหารมาปรับใช้กับงานอสังหาฯ

3. ความสำเร็จที่ยั่งยืนมาจากความเป็นมืออาชีพ: เมื่อเราวางตัวเป็นมืออาชีพ (Professional) ลูกค้าจะปฏิบัติกับเราในฐานะหุ้นส่วนทางธุรกิจ ไม่ใช่แค่พนักงานคนหนึ่ง

เมื่อคุณปรับเข็มทิศทางความคิด (Mindset) ให้ตรงกับมาตรฐานสากลแล้ว ประตูสู่โอกาสใหม่ๆ และผลตอบแทนที่คุ้มค่ากับความเหนื่อยยากของคุณก็จะเปิดกว้างขึ้นอย่างแน่นอน

"นายหน้าระดับโลกไม่ได้ขายแค่บ้าน แต่เขาส่งมอบ 'ความมั่นใจ' ให้กับลูกค้า"



ความสำคัญของ Executive Presence ในโลกอสังหาริมทรัพย์

Executive Presence ไม่ใช่แค่การแต่งตัวแต่รวมองค์ประกอบทุกอย่างที่คุณจัดวางให้กับตัวเอง **Executive Presence คือ "รังสีของความเป็นมืออาชีพ"** ที่ลูกค้าสัมผัสได้ก่อนที่คุณจะเริ่มเปิดปากพูดประโยคแรกเสียอีก ในโลกของอสังหาริมทรัพย์ระดับพรีเมียม สิ่งนี้คือตัวตัดสินว่าลูกค้าจะยอมฝากเงินหลักล้านไว้ในมือคุณหรือไม่

ในโลกอสังหาริมทรัพย์ **Executive Presence เปรียบเสมือน "บรรจุภัณฑ์"** ของความเชี่ยวชาญที่คุณมี มันคือองค์รวมของ 3 องค์ประกอบหลักที่นายหน้าระดับสากลต้องมี:

1. บุคลิกภาพที่สะท้อนความเชื่อมั่น (Appearance & Gravitas) แน่นอนว่าการแต่งกายที่เหมาะสมคือด่านแรก แต่สิ่งที่ลึกซึ้งกว่านั้นคือ "ความนิ่งและความมั่นใจ" การสบตา (Eye Contact) การวางท่าทาง (Posture) ที่สง่างาม และการควบคุมอารมณ์ภายใต้ความกดดัน เมื่อคุณดูเชื่อมั่นในตัวเอง ลูกค้าก็จะเชื่อมั่นในตัวคุณและทรัพย์สินที่คุณนำเสนอ
2. การสื่อสารที่ทรงพลัง (Communication Mastery) ความสามารถในการถ่ายทอดเรื่องราวที่ยากให้เป็นเรื่องง่าย นายหน้าระดับสากลไม่ได้พูดมากที่สุด แต่พูด "ถูกที่ ถูกเวลา และถูกประเด็น" การเลือกใช้ระดับภาษาที่เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้า (Professional Tone) และการเป็นผู้ฟังที่ดี (Active Listening) คือหัวใจสำคัญของการมี Presence ที่น่ายกย่อง
3. ความรอบรู้ที่แท้จริง (Intellectual Authority) การแต่งตัวดีแต่ไม่มีข้อมูลที่แม่นยำจะทำให้ Presence ของคุณพังทลายลงทันที นายหน้าที่มี Executive Presence จะต้องมาพร้อมกับข้อมูลเชิงลึก ไม่ว่าจะเป็นข้อกฎหมายล่าสุด แนวโน้มเศรษฐกิจ หรือการวิเคราะห์ทางบัญชีเบื้องต้น สิ่งนี้จะเปลี่ยนคุณจาก "คนขายของ" ให้เป็น "ที่ปรึกษาที่ทรงอิทธิพล"

ในฐานะที่ดิฉันทำงานทั้งในบทบาทที่ปรึกษาแนะแนวการศึกษาและนายหน้าอสังหาฯ ในต่างแดน ดิฉันค้นพบว่า Executive Presence คือ "ใบเบิกทาง" ที่ทำให้ได้รับการยอมรับจากลูกค้าต่างชาติและนักธุรกิจระดับสูง การวางตัวที่ดีจะช่วยลดกำแพงทางภาษาและวัฒนธรรมลงได้ และทำให้การเจรจาธุรกิจเป็นไปอย่างราบรื่นและเท่าเทียม

“Executive Presence ไม่ใช่การทำให้ทุกคนหันมามองคุณ แต่คือการทำให้ทุกคน ‘เชื่อมั่น’ ในทุกคำพูดที่คุณสื่อสารออกมา”



บทที่ 1: Building Trust & First Impressions (การสร้างที่น่าเชื่อถือตั้งแต่วินาทีแรก)

Professional Greetings & Introductions: การแนะนำตัวให้น่าเชื่อถือแบบมืออาชีพ การแนะนำตัวในฐานะนายหน้าอสังหาริมทรัพย์ระดับสากล ไม่ใช่แค่การบอกชื่อและอาชีพ แต่คือการประกาศว่าคุณคือ "ผู้เชี่ยวชาญที่จะมาดูแลผลประโยชน์ให้กับเขา"

ในออสเตรเลียหรือตลาดสากล การทักทายแบบมืออาชีพต้องประกอบด้วย 3 ส่วนสำคัญ: ความมั่นใจ (Confidence), ความสุภาพ (Courtesy) และ ความชัดเจน (Clarity)

1. การทักทายพร้อมการสบตา (The Greeting & Eye Contact) เริ่มต้นด้วยการสบตาอย่างมั่นใจ ยืนตัวตรง และกล่าวทักทายด้วยน้ำเสียงที่นุ่มนวลแต่หนักแน่น
แบบทางการ: "Good morning/afternoon, it's a pleasure to meet you." (ใช้เมื่อพบลูกค้าครั้งแรกในบรรยากาศเป็นทางการ) *ประโยคนี้แปลว่า สวัสดีค่ะ/ครับ ยินดีมากที่ได้พบคุณ*

แบบกึ่งทางการ: "Hello, I'm [Name]. Thank you for making the time today." (ดูเป็นกันเองแต่ยังคงความสุภาพ) *ประโยคนี้แปลว่า สวัสดีค่ะ/ครับ ผม/ดิฉันชื่อ...ขอบคุณมากสำหรับเวลาที่มีให้ และได้พบกันในวันนี้*

2. การแนะนำบทบาทหน้าที่ (The Introduction of Role) แทนที่จะบอกว่า "I am a real estate agent" (ฉันเป็นนายหน้า) ซึ่งฟังดูธรรมดาเกินไป ให้เปลี่ยนมาใช้คำที่แสดงถึงผู้เชี่ยวชาญ (Expertise) เช่น:

"I am a Property Consultant specializing in luxury residential assets." (*ดิฉัน/ผมเป็นที่ปรึกษาเชี่ยวชาญในการให้คำแนะนำสำหรับสินทรัพย์ราคาสูง*)

"I represent, where we assist international clients in finding premium investment opportunities." (*ดิฉัน/ผมเป็นตัวแทนจากบริษัท...ซึ่งเป็นองค์กรที่ให้คำแนะนำและดูแลลูกค้าชาวต่างชาติที่กำลังมองหาการลงทุนในอสังหาริมทรัพย์*)



3. การแสดงความพร้อมในการช่วยเหลือ (The Statement of Purpose) ปิดท้ายการแนะนำตัวด้วยประโยคที่บอกว่าคุณพร้อมจะดูแล

"I'm here to ensure your property journey is seamless and rewarding."*(ดิฉัน/ผม สามารถทำให้คุณมั่นใจได้ว่าการลงทุนในอสังหาริมทรัพย์นี้จะเป็นไปด้วยความราบรื่นและสำเร็จ)*

"My goal today is to provide you with all the insights you need to make a confident decision."*(เป้าหมายของดิฉัน/ผมคือให้ข้อมูลเชิงลึกเพื่อให้คุณตัดสินใจได้)*

Small Talk for Business: ศิลปะการสนทนาเพื่อละลายพฤติกรรมลูกค้าต่างชาติ

หลายคนกลัวการทำ Small Talk เพราะกังวลว่าจะชวนคุยเรื่องอะไรดี หรือกลัวว่าจะดูเป็นการละลาบละลั้งความเป็นส่วนตัว แต่ในความเป็นจริง Small Talk คือการสร้าง "ความผ่อนคลาย" ก่อนเข้าสู่เนื้อหาที่จริงจัง

หลักการสำคัญของนายหน้ามืออาชีพคือการคุยเรื่อง "สถานการณ์รอบตัว" แทนที่จะถามเรื่องส่วนตัว (เช่น อายุหรือเงินเดือน) ซึ่งเป็นสิ่งต้องห้ามในวัฒนธรรมตะวันตก

เริ่มต้นจากสิ่งใกล้ตัว (The Environment) หัวข้อที่ปลอดภัยและเป็นสากลที่สุดคือเรื่อง "สภาพอากาศ" หรือ "การเดินทาง"

"The weather is lovely today, isn't it? I hope you had a smooth flight/drive here."*(อากาศวันนี้ดีจริงๆนะคะ ฉันหวังว่าคุณจะเดินทางโดยราบรื่น)*

"Have you had a chance to explore this neighborhood yet? It's one of the most vibrant areas in the city."*(ไม่ทราบว่าคุณได้ลองหาข้อมูลใจเขตนี้อย่างไรบ้างคะ นับว่าเป็นทำเลที่มีศักยภาพดีมากเลยคะ)*



ชื่นชมอย่างมีชั้นเชิง (The Art of Complimenting)

การชมที่ดูแพงคือการชม "รสนิยม" หรือ "การเลือก" ของลูกค้า

"I noticed you're very punctual. I really appreciate clients who value time as much as I do." (ดิฉันสังเกตว่าคุณเป็นคนที่ตรงต่อเวลามาก ดิฉันขอชื่นชมจากใจจริงเลยล่ะ)

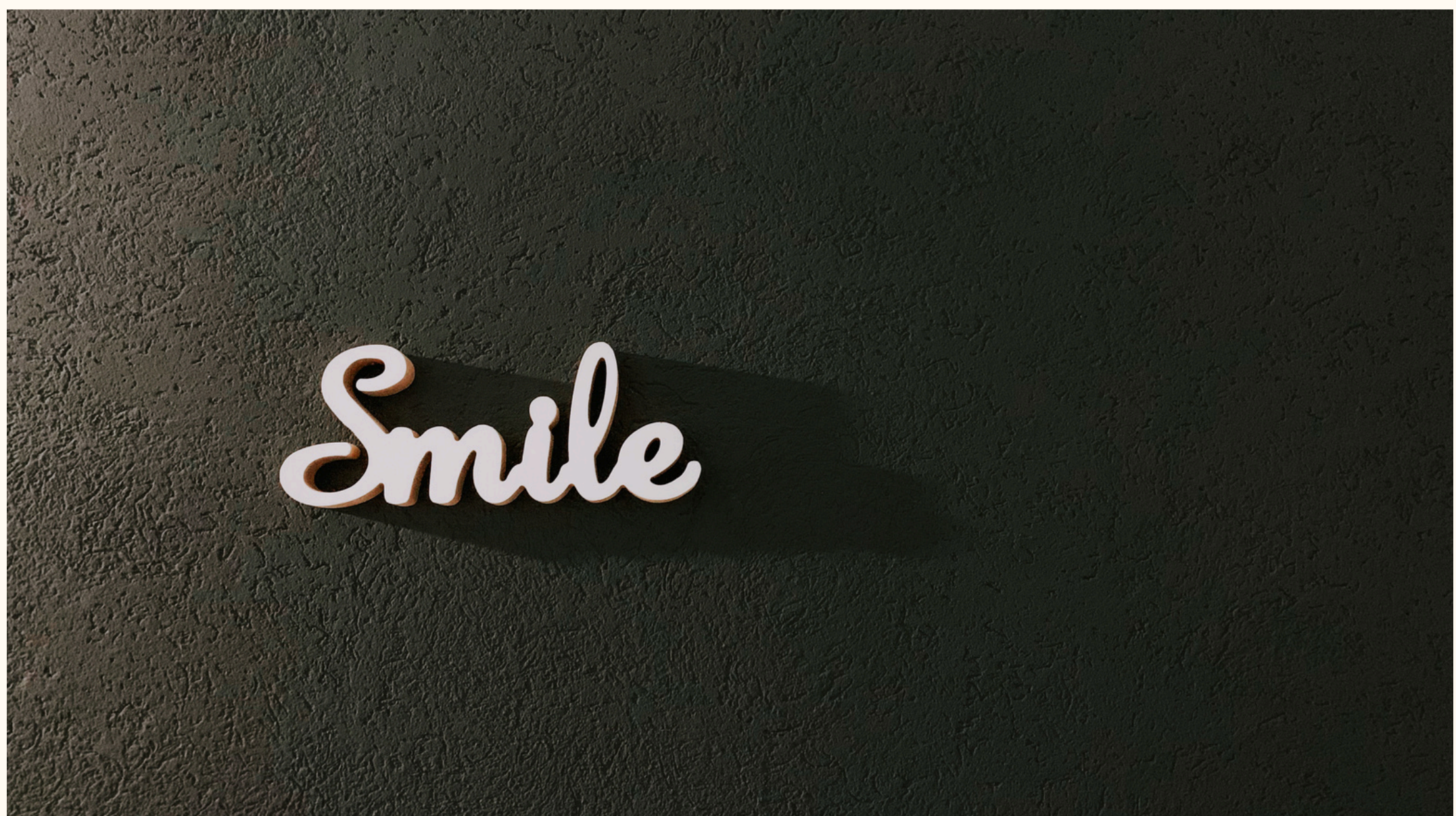
"That's a very interesting watch/accessory. It shows a great eye for detail." (นาฬิกาและเครื่องประดับที่คุณสวมใส่แสดงออกถึงความเอาใจใส่ของคุณมากจริงๆ -ชมสิ่งของที่เขาสวมใส่เพื่อเปิดบทสนทนาเรื่องรสนิยม)

ถามเกี่ยวกับความประทับใจ (Asking about Impressions)

แทนที่จะถามว่า "คุณรวยไหม?" ให้ถามว่า "คุณมองหาอะไร?" ในเชิงไลฟ์สไตล์

"What brings you to consider an investment in this particular area?" (อะไรที่ทำให้คุณตัดสินใจในการลงทุนในเขตนี้ล่ะ)

"I'm curious, what are the top three features you value most in a property?" (ดิฉันมีคำถามเล็กน้อยค่ะ มีปัจจัยอะไรบ้างที่คุณคิดว่าทรัพย์สินนี้มีคุณค่า)



Case Study: การต้อนรับลูกค้าที่สนใจลงทุนข้ามชาติ (ไทย-ออสเตรเลีย)

ดิฉันมีเรื่องมาเล่าให้คุณฟังค่ะ เรื่องนี้เกิดขึ้นตอนที่ดิฉันทำงานตำแหน่ง Leasing Consultant โดยหน้าที่คือให้คำแนะนำในการเช่า เนื่องจากตลาดเช่าที่พักในเมลเบิร์นนั้นหนาแน่นมาก ห้องที่เปิดให้เช่านั้นเมื่อลงใน Social media ซึ่งในออสเตรเลียจะมีเว็บไซต์หลักๆที่ลงโฆษณาเช่น www.realestate.com.au จะมีคนส่งใบสมัครเข้ามาขอเช่าจำนวนมาก หน้าที่ของดิฉันคือประเมินใบสมัคร ตรวจสอบประวัติการเช่า และยังต้องตรวจสอบสถานะทางการเงินด้วย ดิฉันดูแลห้องทั้งสิ้นจำนวน 200 ห้องพักซึ่งกระจายอยู่ในตัวเมืองชั้นในเมลเบิร์นหรือที่เรียกว่า CBD (Center of Business District)

ในการทำงานต้องประสานงานทั้งส่วนของผู้สมัครเช่าและเจ้าของห้องพัก ดิฉันสังเกตว่าเจ้าของห้องจำนวนมากไม่ได้เป็นชาวออสเตรเลีย บางคนเป็นชาวสิงคโปร์ ฮองกง มาเลเซีย หรือ ชาติอื่นๆ แต่มาลงทุนซื้ออสังหาริมทรัพย์เพื่อปล่อยเช่า หลายคนมีความสนใจที่จะขยายตลาดมายังประเทศไทยโดยเฉพาะในกรุงเทพมหานคร เจ้าของห้องหลายคนทราบว่าดิฉันเป็นคนไทยก็สอบถามเกี่ยวกับข้อมูลในกรุงเทพฯ ซึ่งคำถามที่ดิฉันต้องตอบบ่อยๆคือ

5 คำถามยอดฮิตจากนักลงทุนข้ามชาติ (Global Investors)

1. **"How does the Rental Yield in Bangkok compare to Melbourne's CBD?"**
(ผลตอบแทนจากการเช่าในกรุงเทพฯ เมื่อเทียบกับย่าน CBD ของเมลเบิร์นเป็นอย่างไรบ้าง?)

Insight: นักลงทุนกลุ่มนี้เน้นตัวเลข Yield เป็นหลัก เขาอยากรู้ว่าการนำเงินมาวางในไทยจะคุ้มค่ากว่าที่ออสเตรเลียหรือไม่

2. **"What are the foreign ownership laws for condos in Thailand?"**
(กฎหมายการถือครองอสังหาริมทรัพย์ของชาวต่างชาติสำหรับคอนโดในไทยเป็นอย่างไร?)

Insight: หลายคนกังวลเรื่อง Freehold vs Leasehold และสัดส่วน 49% (Foreign Quota) ของไทย ซึ่งต่างจากระบบของออสเตรเลีย

3. **"Which areas in Bangkok are considered the 'Prime Locations' similar to Melbourne's CBD?"** (ย่านไหนในกรุงเทพฯ ที่ถือเป็นทำเลทองระดับเดียวกับ CBD ของเมลเบิร์น?)

Insight: เขาต้องการจุดเปรียบเทียบ เช่น สุขุมวิทหรือสีลม-สาทร เพื่อให้เห็นภาพความเจริญและกลุ่มผู้เช่าเป้าหมาย

4. **"What is the current property management standard in Thailand? Can I find a reliable agency to look after my asset?"** (มาตรฐานการบริหารจัดการอสังหาฯ ในไทยเป็นอย่างไร? ฉันจะหาเอเจนซี่ที่ไว้วางใจได้มาดูแลทรัพย์สินให้ได้ไหม?)

Insight: ส่วนนี้คุณต้องโชว์ข้อมูลที่คุณเตรียมความพร้อมมาบรรยายให้เขาเข้าใจโดยละเอียด

5. **"Is it a good time to enter the Thai market given the current economic situation?"** (ในสถานการณ์เศรษฐกิจปัจจุบัน ถือเป็นจังหวะที่ดีที่จะเข้าไปลงทุนในตลาดไทยหรือไม่?)

Insight: คำถามนี้วัดกันความเป็น "ที่ปรึกษา" (Consultant) ของคุณเลยล่ะ เพราะเขาต้องการมุมมองเรื่องแนวโน้มตลาด (Market Trend)

In international real estate, the first deal you close isn't the property; it's the 'Trust' you build in the first five minutes."

(ในโลกอสังหาริมทรัพย์ระดับสากล ดีลแรกที่คุณต้องปิดให้ได้ไม่ใช่การขายทรัพย์สิน แต่คือการสร้าง **‘ความเชื่อมั่น’** ให้ได้ภายใน 5 นาทีแรก)



บทที่ 2: Property Presentation & Storytelling (การนำเสนอทรัพย์สินอย่างมีระดับ)

Describing Features vs. Benefits:

เปลี่ยนฟีเจอร์ของบ้านให้เป็น "คุณประโยชน์" ที่โดนใจลูกค้า

นายหน้าส่วนใหญ่มักจะติดอยู่กับการบอกเล่าเพียง "Features" หรือคุณสมบัติทางกายภาพของทรัพย์สิน เช่น มีกี่ห้องนอน อยู่ชั้นไหน หรือใช้วัสดุอะไร ซึ่งข้อมูลเหล่านี้ลูกค้าสามารถอ่านเองได้จากโบรชัวร์

แต่สิ่งที่ทำให้นายหน้าระดับสากลแตกต่างออกไป คือการเปลี่ยน Features เหล่านั้นให้กลายเป็น "Benefits" หรือคุณประโยชน์ที่ลูกค้าจะได้รับในชีวิตจริง โดยการเชื่อมโยงเข้ากับ "ความต้องการ" หรือ "ปัญหา" ของลูกค้า (Pain Points)

หลักการง่ายๆ คือการใช้ประโยคเชื่อม: **"Which means..."** (ซึ่งหมายความว่า...)

ตัวอย่างการนำเสนอ:

1. เมื่อพูดถึง "ทำเล" (Location)

Feature: *"This condo is only 100 meters from the BTS station."*

(คอนโดนี้ห่างจากบีทีเอสแค่ 100 เมตร)

Benefit: "Being just 100 meters from the BTS means you can save at least an hour on your daily commute. That's more time for your morning gym session or a relaxed breakfast with your family."

(ประโยคนี้แปลว่า -ระยะห่าง 100 เมตรจาก BTS นี้จะทำให้คุณประหยัดเวลากว่าหนึ่งชั่วโมงในการเดินทางซึ่งเวลาเหล่านั้นคุณสามารถไปยิมหรือทานอาหารเช้าอย่างไม่ต้องรีบร้อนกับครอบครัว -ประโยชน์ที่เขาได้คือ: การได้เวลาชีวิตกลับคืนมา)



2. เมื่อพูดถึง "ระบบความปลอดภัย" (Security)

Feature: "We have 24-hour security and a face scan system." (เรามีรปภ. 24 ชั่วโมงและระบบสแกนใบหน้า)

Benefit: "The advanced face scan system and 24-hour security ensure total peace of mind for your family. Even when you are traveling for business, you can rest assured that your loved ones and your assets are completely safe."

ประโยชน์นี้แปลว่า “ระบบความปลอดภัยใช้การสแกนใบหน้าตลอด 24 ชั่วโมง เพื่อเป็นการคุ้มครองและให้ความมั่นใจได้ว่าคุณและครอบครัวของคุณได้รับดูแลความปลอดภัยตลอดเวลา แม้ในเวลาที่คุณเดินทางห่างไกลจากครอบครัว”

ประโยชน์ที่เขาได้คือ: ความอุ่นใจและความปลอดภัยของครอบครัว

3. เมื่อพูดถึง "การออกแบบ" (Design/Layout)

Feature: "This unit has floor-to-ceiling windows." (ห้องนี้มีหน้าต่างสูงจากพื้นถึงเพดาน)

Benefit: "The floor-to-ceiling windows allow for maximum natural light and a breathtaking city view. It creates an airy, spacious feel that makes your home the perfect place to unwind after a busy day."

ประโยชน์นี้แปลว่า “ห้องเพดานสูงจะทำให้แสงธรรมชาติในห้องเพิ่มขึ้นและยังช่วยเพิ่มทัศนียภาพภายนอก ความโล่งโปร่งนี้จะทำให้คุณรู้สึกผ่อนคลายจากวันที่วุ่นวาย”

ประโยชน์ที่เขาได้คือ: ความรู้สึกโปร่งสบายและการพักผ่อนที่สมบูรณ์แบบ



Power Words for Luxury Properties:
การใช้คำศัพท์ที่ช่วยเพิ่มมูลค่าให้กับทรัพย์สิน

ภาษาคือเครื่องมือที่ทรงพลังที่สุดในการสร้างภาพลักษณ์ (Branding) ให้กับทรัพย์สิน การเลือกใช้คำศัพท์ที่ "แพง" และ "เฉพาะเจาะจง" จะช่วยดึงดูดอารมณ์ความรู้สึกของนักลงทุนระดับสากลได้ดีกว่าคำทั่วไป

แทนที่จะใช้คำพื้นฐานๆ อย่าง Beautiful, Big, หรือ Good ลองเปลี่ยนมาใช้ "Power Words" เหล่านี้ที่จะช่วยยกระดับราคาและคุณค่าในใจลูกค้าค่ะ:

1. คำศัพท์ที่เน้น "ความเอ็กซ์คลูซีฟและหายาก" (Scarcity & Exclusivity)

นักลงทุนระดับบนไม่ได้ต้องการสิ่งที่หาซื้อได้ทั่วไป เขาต้องการสิ่งที่ "พิเศษสำหรับเขาเท่านั้น"
Bespoke / Tailor-made: (ที่รังสรรค์มาโดยเฉพาะ) — ใช้แทนคำว่า Custom-built
Pristine: (บริสุทธิ์ ไร้ที่ติ) — ใช้บรรยายสภาพบ้านที่ใหม่เอี่ยมหรือทำเลที่ยังคงความเป็นธรรมชาติ
Secluded / Private Sanctuary: (วิมานส่วนตัว) — ใช้แทนคำว่า Quiet place เพื่อให้ดูเป็นสถานที่พักผ่อนที่หรูหรา

2. คำศัพท์ที่เน้น "งานฝีมือและความประณีต" (Craftsmanship & Detail)

เพื่อแสดงให้เห็นว่าทำไมทรัพย์สินชิ้นนี้ถึงมีราคาสูงกว่าที่อื่น
Impeccable: (สมบูรณ์แบบ ไร้ที่ติ) — "The attention to detail in this penthouse is impeccable."
Meticulously Crafted: (บรรจงสร้างอย่างพิถีพิถัน) — ใช้บรรยายงานตกแต่งภายในหรือสวน
Curated: (คัดสรรมาอย่างดี) — ใช้บรรยายวัสดุหรือเฟอร์นิเจอร์ที่เลือกมา เช่น "Curated Italian marble."

3. คำศัพท์ที่เน้น "ทัศนียภาพและบรรยากาศ" (Views & Atmosphere)

การขายวิวคือการขายมูลค่าที่ประเมินเป็นเงินได้ยากที่สุด
Panoramic / Uninterrupted Views: (วิวพาโนรามาที่ไม่มีอะไรมาบดบัง) — ใช้แทนคำว่า Clear view
Breathtaking / Captivating: (สวยจนลืมหายใจ / มีเสน่ห์จนน่าหลงใหล) — ใช้บรรยายวิวจากชั้นสูงหรือระเบียง
Light-drenched / Sun-kissed: (ที่เต็มไปด้วยแสงธรรมชาติ) — ใช้แทนคำว่า Bright เพื่อให้ดูนุ่มนวลและน่าอยู่

NOTE:

Virtual Tour & In-person Viewings: วาทศิลป์การนำชมบ้านทั้งแบบออนไลน์และสถานที่จริง

ไม่ว่าจะเป็นการพาทัวร์ผ่านวิดีโอคอล (Virtual Tour) หรือการพบกันที่หน้างาน (In-person) กฎทองของนายหน้ามืออาชีพคือ "Don't just show, tell a story" (อย่าแค่ทำให้ดู แต่ต้องเล่าเรื่องให้เป็น)

1. วาทศิลป์สำหรับการนำชมแบบ Virtual Tour (ออนไลน์) เนื่องจากลูกค้าไม่ได้สัมผัสพื้นที่จริงด้วยตัวเอง คุณต้องทำหน้าที่เป็น "ดวงตา" และ "ความรู้สึก" แทนเขา

การบรรยายระยะและทิศทาง: แทนที่จะเดินไปเรื่อยๆ ให้กำกับทิศทางด้วยเสียง เช่น "Now, I'm moving from the living area to the master bedroom so you can see the seamless flow of the layout."

ประโยชน์นี้แปลว่า -ตอนนี้ดิฉันกำลังเดินออกจากห้องรับแขกไปยังห้องนอนใหญ่ ซึ่งคุณเห็นได้ว่าทุกอย่างลงตัวและเข้ากันได้เป็นอย่างดี

การเน้นรายละเอียดที่กล้องอาจมองไม่ชัด: เช่น เรื่องแสงหรือสัมผัส "Even though we are on a call, I want you to notice how the natural light fills this room at this time of day. It creates such a warm and inviting atmosphere."

ประโยชน์นี้แปลว่า -ถึงแม้ว่าคุณจะอยู่ในโทรศัพท์แต่ดิฉันอยากบอกคุณว่าแสงธรรมชาติสวยมากในเวลานี้สำหรับห้องนี้

“เทคนิคการใช้กล้อง: ถือก้องในระดับสายตา เดินช้าๆ และหยุดค้างในจุดที่เป็น High-light เพื่อให้ลูกค้าได้พิจารณา



วาทศิลป์สำหรับการนำชมแบบ In-person Viewings (สถานที่จริง)
เมื่อลูกค้าอยู่ตรงหน้า เป้าหมายคือการให้เขา
"จินตนาการ" ถึงการใช้ชีวิตในบ้านหลังนี้

การตั้งคำถามให้นำไปสู่จินตนาการ: แทนที่จะบอกว่าห้องนั่งเล่นกว้าง ให้ถามว่า "Can you imagine hosting a small dinner party here? The open-plan design is perfect for entertaining guests."

ประโยคนี้แปลว่า- คุณลองจินตนาการว่ามึงงานปาร์ตี้เล็กๆในพื้นที่ตรงนี้ ซึ่งเหมาะกับการสังสรรค์และเชิญแขกมาร่วมงานเป็นอย่างยิ่ง

การใช้ความเงียบให้เป็นประโยชน์: ไม่จำเป็นต้องพูดตลอดเวลา เมื่อถึงจุดที่วิวสวยที่สุด ให้หยุดพูดสักครู่เพื่อให้ลูกค้าได้ซึมซับบรรยากาศ แล้วค่อยเสริมด้วย Power Words เช่น "I'll let you enjoy this panoramic view for a moment... It's truly one of the best vistas in the city."

ประโยคนี้แปลว่า- ดิฉันอยากให้คุณได้สัมผัสความสวยงามของวิวกว้างของห้องนี้ ซึ่งถือเป็นส่วนที่งดงามที่สุดส่วนหนึ่งของเมือง”

“The right words don’t just describe a property;
they elevate its value.”

*คำพูดที่ถูกต้อง ไม่ใช่แค่การบรรยายทรัพย์สิน
แต่คือการยกระดับมูลค่าให้สูงขึ้น*



บทที่ 3: Handling Objections & Problem Solving
(การรับมือกับข้อโต้แย้งและการแก้ปัญหา)

ในฐานะที่ปรึกษาด้านอสังหาริมทรัพย์ระดับสูง เราไม่ได้มีหน้าที่เพียงแค่ "นำเสนอ" แต่หน้าที่ที่แท้จริงของเราคือการเป็น *"Problem Solver"* หรือผู้คลี่คลายความกังวลให้กับลูกค้า

บ่อยครั้งที่ "ข้อโต้แย้ง" (Objections) ไม่ได้หมายถึงการปฏิเสธ แต่มันคือ "Cry for help" หรือเสียงเรียกร้องความมั่นใจที่ลูกค้ากำลังบอกเราว่าเขายังมีบางจุดที่มองเห็นภาพไม่ชัดเจน หน้าที่ของเราในบทรนี้คือการเปลี่ยน "แรงต้าน" เหล่านั้น ให้กลายเป็น "สะพาน" แห่งความไว้วางใจค่ะ

1. Dealing with Difficult Questions: การตอบคำถามอย่างชาญฉลาด
เมื่อเผชิญกับคำถามที่ท้าทาย ไม่ว่าจะเป็นเรื่องราคาที่สูงกว่าตลาด หรือทำเลที่ลูกค้ายังไม่คุ้นเคย กฎเหล็กของสีพิมคือ "Stay Calm & Logic-Driven" ค่ะ เราจะไม่ใช้การแก้ตัว แต่เราจะใช้การให้ข้อมูลเชิงลึก (Insights)

เมื่อเจอคำถามเรื่องราคา (The Price Objection): แทนที่จะรีบเสนอส่วนลด ให้เราย้อนกลับไป Intrinsic Value หรือมูลค่าที่แท้จริงของสินทรัพย์นั้น

English Script: "I completely understand that the investment value is a significant factor. However, if we look at the scarcity of this position, the long-term capital appreciation will outweigh the current entry price."

(ดิฉันเข้าใจดีว่ามูลค่าการลงทุนเป็นเรื่องสำคัญค่ะ แต่หากพิจารณาถึงความหายากของตำแหน่งทรัพย์สินนี้ มูลค่าที่จะเติบโตในอนาคตจะคุ้มค่ากว่าราคาที่คุณจ่ายในวันนี้แน่นอน)

Note:

The Art of Negotiation:

ภาษาที่ใช้ในการต่อรองเพื่อให้ได้ข้อเสนอที่พึงพอใจทั้งสองฝ่าย

การต่อรองในระดับ High-end

ไม่ใช่การเือนราคาเพื่อให้จบดีล แต่คือการบริหารจัดการ "คุณค่า" (Value) และ "ความพึงพอใจ" (Satisfaction) ค่ะ ภาษาที่คุณใช้ต้องสะท้อนถึงความนิ่ง ความมั่นใจ และที่สำคัญที่สุดคือ Empathy หรือความเข้าใจในความต้องการที่แท้จริงของอีกฝ่าย

การเป็นนายหน้าที่เก่ง คือการรู้วิธีการใช้คำพูดที่นุ่มนวลแต่ทรงพลัง

เพื่อนำพาคุณสนทนาไปสู่ข้อสรุปที่ลงตัว โดยที่ไม่มีใครรู้สึกว่าเป็นผู้แพ้ในเกมนี้ แต่ทุกคนคือ "ผู้ชนะ" ที่ได้ครอบครองโอกาสที่ดีที่สุดร่วมกัน **“คุณชนะลูกค้าแต่ขายไม่ได้ ถือว่า คุณไม่ประสบความสำเร็จ”**

ประโยคทองคำสำหรับการเจรจา (Strategic Phrases)

ลองนำ 3 ประโยคนี้ไปปรับใช้เพื่อให้การต่อรองของคุณดู Professional และราบรื่นขึ้น

1. ประโยคเพื่อหาจุดสมดุล (Finding Common Ground)

"I believe we both want this deal to be a success. How can we bridge the gap between these two figures to reach a solution that works for everyone?"

(ดิฉันเชื่อว่าเราทั้งคู่ต่างต้องการให้ดีลนี้ประสบความสำเร็จ เราจะร่วมกันหาจุดกึ่งกลางอย่างไรดีคะ เพื่อให้ได้ข้อเสนอที่ทุกฝ่ายพึงพอใจ?)

2. ประโยคยื่นข้อเสนอแบบมีเงื่อนไข (The Reciprocal Offer)

"If we can secure a faster settlement period for you, would you be open to reconsidering the current offer to match the seller's expectation?"

(หากเราสามารถจัดการเรื่องระยะเวลาการโอนให้รวดเร็วขึ้นตามที่คุณต้องการ คุณพอจะพิจารณาปรับข้อเสนอให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ขายอีกสักกนิดได้ไหมคะ?)

3. ประโยคปิดท้ายเพื่อแสดงความจริงใจ (The Partnership Closing)

"My goal is to ensure you feel entirely confident with this investment. Let's look at the overall value once more to make sure this is the right move for your portfolio."

(เป้าหมายของดิฉันคือการทำให้คุณมั่นใจที่สุดในการลงทุนครั้งนี้ เรามาทบทวนมูลค่าในภาพรวมกันอีกครั้ง เพื่อให้แน่ใจว่านี่คือก้าวที่ถูกต้องสำหรับพอร์ตของคุณค่ะ)

สปีม's Secret Tip:

ในการต่อรอง "น้ำเสียง" และ "การเว้นจังหวะ" สำคัญพอๆ กับคำพูดค่ะ เมื่อคุณยื่นข้อเสนอที่สมเหตุสมผลไปแล้ว ให้ลองเงียบ (Silent) เพื่อให้อีกฝ่ายได้ใช้เวลาคิด การไม่รีบร้อนพูดกลบเกลื่อนจะทำให้คุณดูเป็นผู้ควบคุมสถานการณ์ (In Control) ได้ดีกว่ามากค่ะ

Case Study: Navigating Complexities in Cross-Border Transactions (กรณีศึกษา: การคลี่คลายความกังวลด้านการเงินและข้อกฎหมายระหว่างประเทศ)

สถานการณ์ (The Scenario): ลูกค้าชาวไทยที่พำนักในต่างประเทศ หรือนักลงทุนต่างชาติ สนใจตัดสินใจลงทุนทรัพย์สินมูลค่าสูง แต่เกิดความกังวล (Anxiety) เกี่ยวกับขั้นตอนการโอนเงินจำนวนมากเข้ามาในประเทศไทย รวมถึงไม่แน่ใจในข้อกำหนดทางกฎหมายเกี่ยวกับการถือครองกรรมสิทธิ์ ทำให้ดีลเริ่มชะงัก

แนวทางการแก้ปัญหาในสไตล์ลิม (The Solution): เราจะไม่ปล่อยให้ลูกค้าเผชิญกับความสับสนเพียงลำพัง แต่เราจะสวมบทบาทเป็น "The Facilitator" ด้วยการ:

- **Provide a Visual Roadmap:** ส่งสรุปขั้นตอนการทำธุรกรรม (Transaction Flow) ที่เข้าใจง่าย
- **Professional Connectivity:** แนะนำทีมกฎหมายหรือธนาคารที่เป็นพันธมิตรเพื่อยืนยันความถูกต้อง
- **Transparent Communication:** ใช้คำศัพท์ที่ชัดเจน ตรงไปตรงมา เพื่อลดความระแวง

ผลลัพธ์ (The Outcome): เมื่อความซับซ้อนถูกทำให้กลายเป็นเรื่องง่าย (Simplified) ลูกค้าจะรู้สึกว่าการอยู่ภายใต้การควบคุม (In Control) และนำไปสู่การโอนเงินจองในที่สุดค่ะ



Key Vocabulary & Translations

รูปแบบประโยคและการใช้งาน

1. Remittance (การส่งเงิน/การโอนเงินระหว่างประเทศ)

English: "We will guide you through the remittance process to ensure it complies with local regulations."

คำแปล: "เราจะช่วยแนะนำขั้นตอนการโอนเงินระหว่างประเทศ เพื่อให้มั่นใจว่าทุกอย่างเป็นไปตามกฎระเบียบของท้องถิ่นอย่างถูกต้องค่ะ"

2. FET Form (Foreign Exchange Transaction Form - ใบ ธ.ต. 3)

English: "To register the ownership, you will need an FET form from the receiving bank."

คำแปล: "ในการจดทะเบียนกรรมสิทธิ์ คุณจำเป็นต้องใช้ใบ FET (ธ.ต. 3) จากธนาคารผู้รับเงินปลายทางค่ะ"

3. Compliance (การปฏิบัติตามกฎระเบียบ/ข้อบังคับ)

English: "Everything is handled according to strict anti-money laundering compliance."

คำแปล: "ทุกขั้นตอนดำเนินการภายใต้กฎระเบียบการป้องกันและการปราบปรามการฟอกเงินอย่างเคร่งครัดค่ะ"

4. Ownership Title / Title Deed (กรรมสิทธิ์ในโฉนดที่ดิน/ห้องชุด)

English: "Our legal team will verify the Title Deed to ensure it is free of any encumbrances."

คำแปล: "ทีมกฎหมายของเราจะตรวจสอบโฉนดที่ดิน เพื่อให้มั่นใจว่าทรัพย์สินนี้ไม่มีภาระผูกพันใดๆ ค้างอยู่ค่ะ" (Note: Encumbrances หมายถึง ภาระผูกพัน เช่น การจำนอง)

5. Escrow Account (บัญชีคนกลางเพื่อการวางเงิน)

English: "For your security, the funds can be held in an Escrow account until all conditions are met."

คำแปล: "เพื่อความปลอดภัยของคุณ เงินจำนวนนี้สามารถฝากไว้ในบัญชีคนกลาง (Escrow) ได้จนกว่าเงื่อนไขทุกอย่างในสัญญาจะเสร็จสมบูรณ์ค่ะ"



บทที่ 4: Closing the Deal & Essential Documents
(การปิดการขายและเอกสารสำคัญ)

การปิดการขายไม่ใช่ "จุดจบ" ของกระบวนการ แต่คือ "จุดเริ่มต้น"
ของการเป็นพันธมิตรในระยะยาวค่ะ นายหน้าระดับ High-end จะไม่กดดันลูกค้าให้รู้สึกอึดอัด
แต่จะทำให้ลูกค้ารู้สึกว่ "นี่คือจังหวะเวลาที่ถูกต้องที่สุด" การมีความเชี่ยวชาญในเรื่อง
เอกสารสัญญาจะช่วยสร้างเกราะป้องกันและความมั่นใจให้กับลูกค้า ทำให้การตัดสินใจขั้น
สุดท้ายเป็นไปอย่างราบรื่นและไร้รอยต่อ

1. Asking for the Sale: การขอปิดการขายอย่างนุ่มนวลแต่หนักแน่น
เทคนิคของสืพิมคือการใช้ "Assumptive Close" หรือการตั้งสมมติฐานว่าลูกค้าพร้อมจะไปต่อ
โดยใช้ประโยคที่ช่วยให้เขาตัดสินใจได้ง่ายขึ้นค่ะ

ประโยคใช้งาน: "Since this unit matches all your requirements, shall we proceed with the
reservation to secure this position for you?"
คำแปล: (เนื่องจากยูนิตนี้ตรงกับความต้องการของคุณทุกประการ เพื่อเป็นการรักษาสีทธิ์ใน
ตำแหน่งนี้ไว้ให้คุณ เราเริ่มขั้นตอนการจองกันเลยดีไหมคะ?)

ประโยคใช้งาน: "Would you prefer to have the contract sent to your office or your legal
counsel for review?"
คำแปล: (คุณสะดวกให้ดิฉันส่งร่างสัญญาไปที่ออฟฟิศ หรือส่งให้ทีมกฎหมายของคุณตรวจสอบดี
คะ?)

2. Understanding Basic Agreements: คำศัพท์สำคัญในสัญญา
การแปลภาษาทางการแพทย์หรือกฎหมายให้เป็นภาษาที่เข้าใจง่าย คือเสน่ห์ของนายหน้ามืออาชีพค่ะ
นี่คือคำศัพท์ที่คุณต้องเจอใน Sale and Purchase Agreement (SPA) หรือ Lease Agreement:

คำศัพท์ (Term)	ความหมาย	ประโยคใช้งาน (Usage)
Deposit / Down Payment	เงินมัดจำ / เงินดาวน์	"The deposit is required to officially take the property off the market."
Transfer of Ownership	การโอนกรรมสิทธิ์	"We will coordinate with the Land Department for the transfer of ownership."
Default	การผิดนัดชำระ/ผิดสัญญา	"The contract outlines the penalties in case of a default by either party."
Inventory List	รายการทรัพย์สิน/เฟอร์นิเจอร์	"Please review the inventory list before signing the lease agreement."
Termination Clause	เงื่อนไขการยกเลิกสัญญา	"This termination clause protects your rights if conditions are not met."

Next Steps & Follow-ups: การดูแลหลังการขาย

จำไว้ว่า "After-sales service is the best pre-sales for the next deal." การดูแลหลังการขายคือการสร้าง Referral (การแนะนำบอกต่อ) ที่ดีที่สุดค่ะ

ประโยคใช้งาน: "I will be your point of contact for any assistance you may need after moving in. Your satisfaction is my priority."

คำแปล: (ดิฉันจะเป็นผู้ดูแลและประสานงานให้ในทุกเรื่องที่คุณต้องการหลังจากย้ายเข้าแล้วนะคะ เพราะความพึงพอใจของคุณคือสิ่งที่ดิฉันให้ความสำคัญที่สุดค่ะ)

ประโยคใช้งาน: "I will provide you with a monthly market update to keep you informed on the value of your investment."

คำแปล: (ดิฉันจะคอยส่งข้อมูลอัปเดตสถานการณ์ตลาดให้คุณทุกเดือน เพื่อให้คุณทราบความเคลื่อนไหวของมูลค่าสินทรัพย์ที่คุณลงทุนไว้ค่ะ)

“การเขียนการ์ดขอบคุณ พร้อมดอกไม้สวยส่งให้ลูกค้า
ถือเป็นความใส่ใจที่สร้างความประทับใจได้ง่ายที่สุด”



บทที่ 5 Professional Communication & Personal Branding (การสื่อสารระดับบริหารและการสร้างตัวตนสู่มาตรฐานสากล)

เมื่อ "ตัวตนของคุณ" คือสินทรัพย์ที่ทรงพลังที่สุด

ในตลาดระดับบน (Premium Market) ลูกค้าไม่ได้ซื้อแค่ "อสังหาริมทรัพย์"

แต่เขาซื้อ "ความเชี่ยวชาญ" และ "ความน่าเชื่อถือ" ของตัวนายหน้าค่ะ การสร้าง Personal Branding จึงไม่ใช่แค่การลงรูปสวยๆ แต่คือการแสดงออกถึง Executive Presence ผ่านทุกตัวอักษรที่คุณเขียน ไม่ว่าจะเป็นอีเมลเพียงฉบับเดียว หรือหน้าโปรไฟล์บน LinkedIn ทุกจุดสัมผัสต้องสะท้อนถึงมาตรฐานสากลและความเป็นมืออาชีพที่ไว้วางใจได้ค่ะ

1. Writing High-converting Emails: ศิลปะการเขียนอีเมลนัดหมายและสรุปผล
อีเมลที่ดีต้อง Clear (ชัดเจน), Concise (กระชับ) และ Call-to-Action (มีเป้าหมาย) ค่ะ

คำแนะนำในการเขียนอีเมลเบื้องต้น:

Subject Line: ต้องชัดเจนและดูสำคัญ เช่น “Meeting Summary: [Property Name] – Next Steps for [Client Name]”

The Hook: เริ่มต้นด้วยการทักทายอย่างเป็นทางการและอ้างถึงการสนทนาก่อนหน้า

The Value: สรุปประเด็นสำคัญที่ลูกค้าจะได้รับประโยชน์

ตัวอย่างประโยคใช้งาน (Email Scripts):

การนัดหมาย: "I would like to propose a brief meeting to discuss the investment potential of [Project Name]. Would [Day] at [Time] work for you?" (ดิฉันขออนุญาตเสนอนัดหมายสั้นๆ เพื่อพูดคุยเกี่ยวกับศักยภาพการลงทุนของโครงการ [ชื่อโครงการ] ไม่ทราบว่าคุณสะดวกวัน [วัน] เวลา [เวลา] ไหมคะ?)

การสรุปผล: "Thank you for your time today. As discussed, I have attached the financial summary and legal checklist for your review." (ขอบคุณสำหรับเวลาในวันนี้ค่ะ ตามที่ได้คุยกัน ดิฉันได้แนบสรุปข้อมูลทางการเงินและเช็คลิสต์ทางกฎหมายมาเพื่อให้คุณพิจารณาเรียบร้อยแล้วค่ะ)



2. Professional Profile on LinkedIn: การสร้างโปรไฟล์ระดับสากล

LinkedIn คือ International Business Card ของคุณค่ะ หากคุณต้องการดึงดูดลูกค้าต่างชาติหรือนักลงทุนระดับสถาบัน โปรไฟล์ของคุณต้องไม่ใช่แค่ Resume แต่ต้องเป็น "Portfolio of Success"

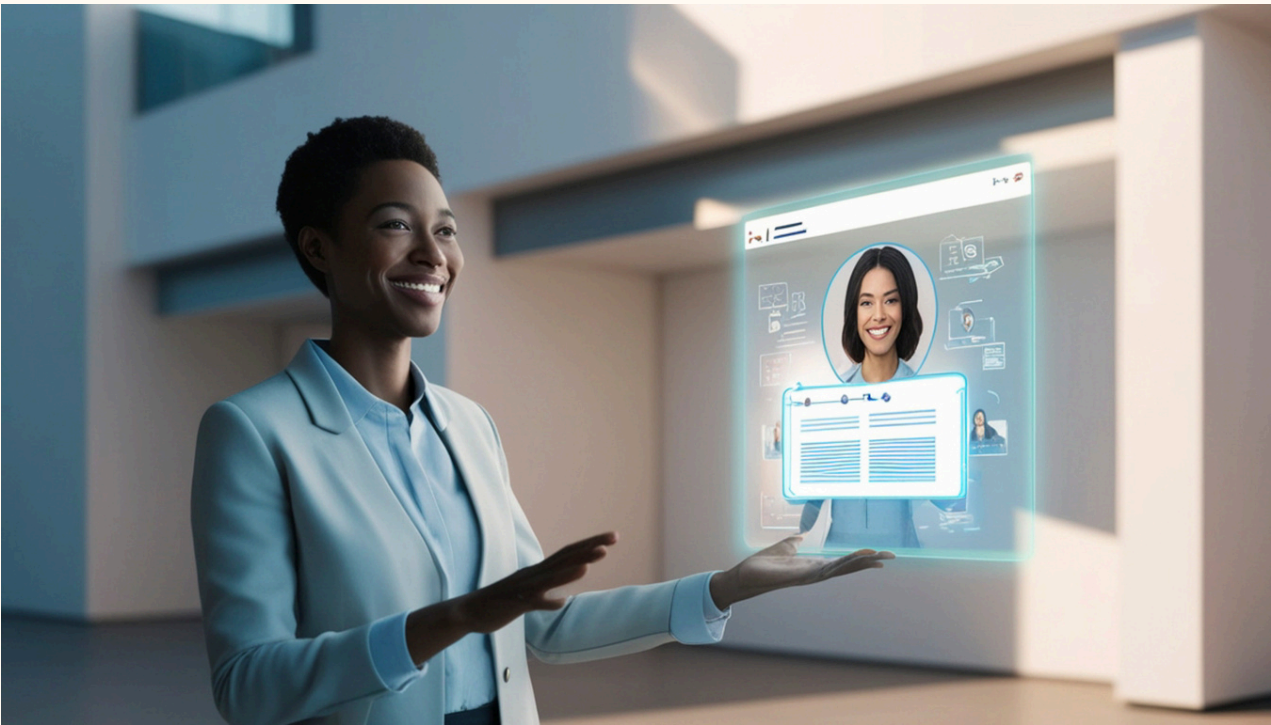
คำแนะนำในการปั้นโปรไฟล์:

Professional Headline: อย่าใส่แค่ "Real Estate Agent" แต่ให้ใส่คุณค่าที่คุณมอบให้ เช่น "Cross-border Real Estate Advisor | Specializing in Luxury Assets & Investment Strategy"

About Section: เขียนในสไตล์ Storytelling ที่เน้นผลลัพธ์ (Results-oriented) เล่าถึงประสบการณ์ ความเชี่ยวชาญ และความหลงใหลในการช่วยลูกค้าบริหารความมั่งคั่ง

Featured Section: นำบทความ (Articles) หรือเคสความสำเร็จที่คุณเคยทำมาปักหมุดไว้เพื่อสร้าง Social Proof

คำศัพท์ (Term)	ความหมาย	การนำไปใช้ (Usage)
Value Proposition	ข้อเสนอที่สร้างคุณค่าโดดเด่น	"My value proposition is focused on long-term asset growth."
Inquiry	การสอบถามข้อมูล	"Thank you for your inquiry regarding the Melbourne property."
Follow-up	การติดตามผล	"This is a quick follow-up to our conversation last week."
Professionalism	ความเป็นมืออาชีพ	"LinkedIn is the best platform to showcase your professionalism."
Credential	ข้อมูลอ้างอิง/วิทยฐานะ	"Her legal credentials add significant trust to the transaction."



บทส่งท้าย (Epilogue): Leadership in Real Estate

การพัฒนาตนเองสู่การเป็นผู้นำในสายงานอสังหาริมทรัพย์
ถอดบทเรียนจาก Leadership & Management- RMIT University

ความสำเร็จในอาชีพนายหน้าไม่ได้วัดกันที่ตัวเลขค่าคอมมิชชั่นเพียงอย่างเดียวค่ะ แต่วัดกันที่ "Legacy" หรือร่องรอยแห่งความไว้วางใจที่คุณทิ้งไว้ให้กับลูกค้าและเพื่อนร่วมอาชีพ
ผู้นำในสายงานนี้ (Real Estate Leader) ไม่ใช่คนที่สั่งการเก่งที่สุด แต่คือคนที่ "บริหารความคาดหวัง" ได้ยอดเยี่ยมที่สุด และกล้าที่จะรักษามาตรฐานจรรยาบรรณแม้ในวันที่ไม่มีใครมองเห็น

การพัฒนาตนเองสู่การเป็นผู้นำ คือการเปลี่ยนจากการโฟกัสที่ "ตัวฉัน" (I) ไปสู่ "คุณค่าที่ฉันมอบให้" (Value I Provide) และการสร้างผลกระทบเชิงบวกให้กับสังคมการลงทุนในวงกว้างค่ะ

3 บทเรียนสำคัญ (Key Leadership Lessons)

1. The Power of Integrity (ความซื่อสัตย์คือเข็มทิศ) ในวันที่สถานการณ์บีบคั้น ผู้นำจะเลือกความถูกต้องมากกว่าความถูกต้องใจ การรักษาคำพูดและการโปร่งใสในข้อมูลคือต้นทุนที่ถูกต้องที่สุดแต่มีมูลค่าสูงที่สุดในการทำธุรกิจระยะยาว

English Script: "Integrity is doing the right thing, even when no one is watching. In real estate, your reputation is your strongest currency."

(ความซื่อสัตย์คือการทำในสิ่งที่ถูกต้องแม้จะไม่มีใครมองเห็น ในโลกอสังหาฯ **ชื่อเสียงของคุณคือสกุลเงินที่ทรงพลังที่สุดค่ะ**)

2. Adaptive Management (การบริหารที่ยืดหยุ่น) ตลาดอสังหาฯ มีขึ้นมีลง ผู้นำต้องมี Strategic Agility หรือความสามารถในการปรับตัวและตัดสินใจอย่างรวดเร็วภายใต้ความกดดัน โดยใช้ข้อมูล (Data) ควบคู่ไปกับสัญชาตญาณ

English Script: "A true leader doesn't just react to the market; they anticipate change and navigate their clients through uncertainty with confidence."

(ผู้นำที่แท้จริงไม่ได้แค่ตอบโต้ตลาด แต่เขาคาดการณ์ความเปลี่ยนแปลงและนำพาลูกค้าผ่านความไม่แน่นอนไปด้วยความมั่นใจค่ะ)

3. Empowering Others (การสร้างความสำเร็จร่วมกัน) ผู้นำที่ยิ่งใหญ่คือคนที่สร้างผู้นำคนอื่นขึ้นมา การส่งต่อความรู้ (Mentorship) และการทำงานเป็นทีม (Collaboration) จะช่วยขยายขีดจำกัดของความสำเร็จให้ไกลกว่าที่คนเดียวจะทำได้

English Script: "Success is not a solo journey. Leadership is about empowering your team and partners to achieve excellence together."

(ความสำเร็จไม่ใช่การเดินทางเพียงลำพัง การเป็นผู้นำคือการสร้างพลังให้ทีมและพันธมิตร เพื่อก้าวสู่ความเป็นเลิศไปพร้อมกันค่ะ)

สปีม's Closing Quote:

"The goal is not to be the best in the world, but to be the best FOR the world of your clients."

(เป้าหมายไม่ใช่การเป็นคนที่ดีที่สุดในโลก แต่คือการเป็นคนที่ดีที่สุด 'สำหรับ' โลกของลูกค้าคุณ' ค่ะ)

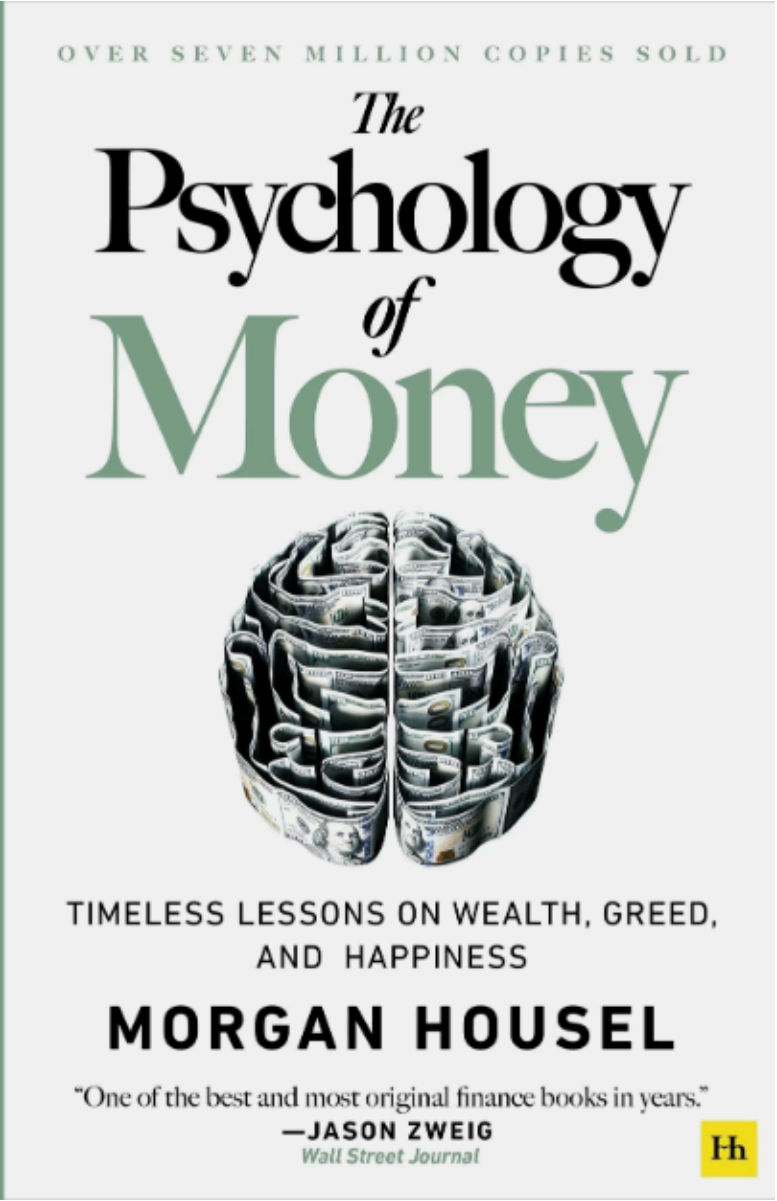
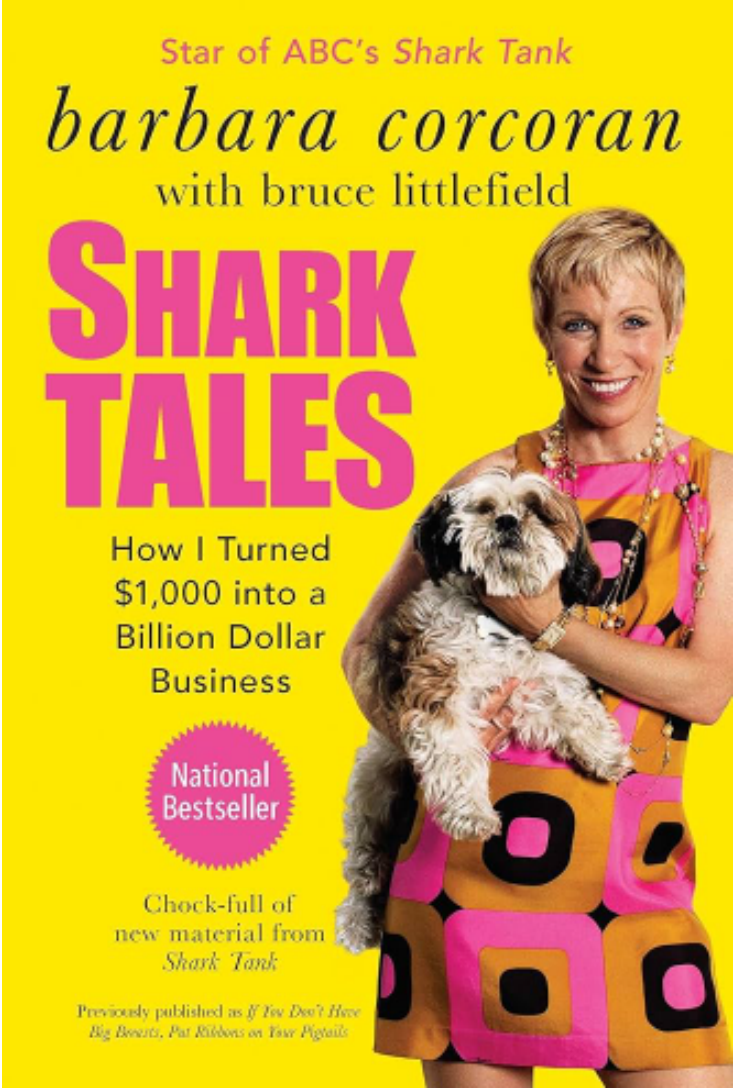
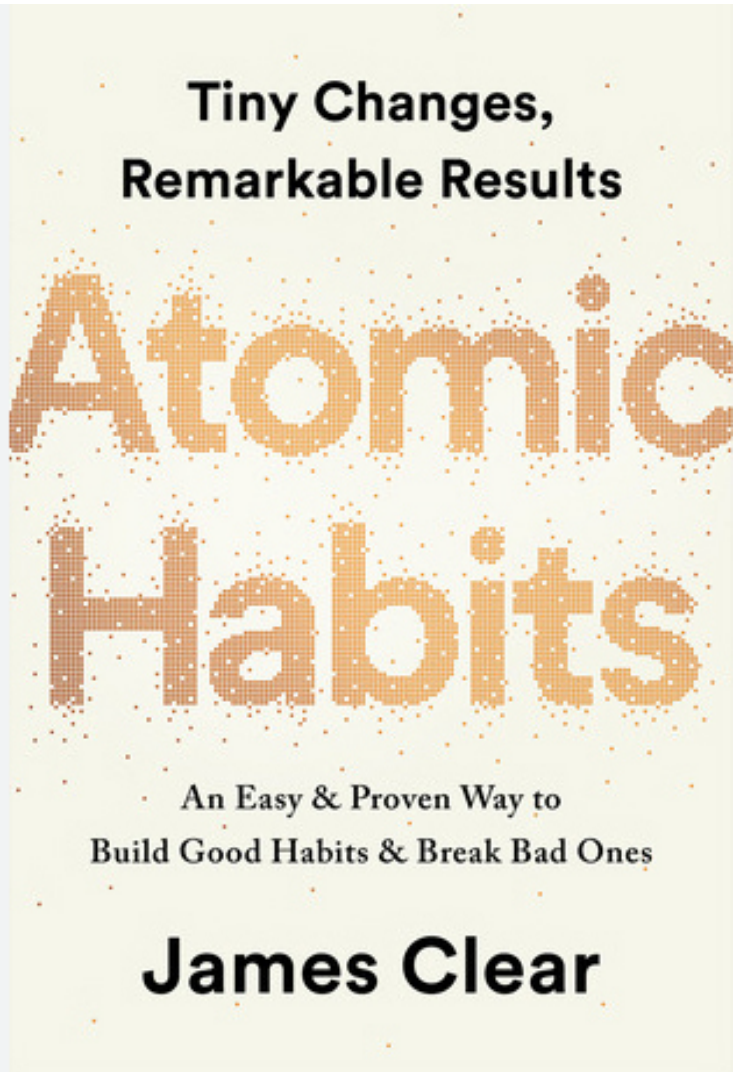


Reference List & Inspiration Behind This Book

Clear, J 2018, Atomic habits: an easy & proven way to build good habits & break bad ones, Avery, New York.

Corcoran, B & Littlefield, B 2011, Shark tales: how I turned \$1,000 into a billion dollar business, Penguin Books, New York.

Housel, M 2020, The psychology of money: timeless lessons on wealth, greed, and happiness, Harriman House, Hampshire, UK.



Appendix: The Real Estate Glossary

หมวดคำศัพท์การเงินและการลงทุน

ลำดับ	หมวดหมู่	คำศัพท์ (English Term)	ความหมาย (Thai Meaning)
1	Finance & Investment	ROI (Return on Investment)	ผลตอบแทนจากการลงทุน
2	Finance & Investment	Rental Yield	อัตราผลตอบแทนจากการเช่า
3	Finance & Investment	Capital Appreciation	การเพิ่มขึ้นของมูลค่าสินทรัพย์ตามกาลเวลา
4	Finance & Investment	Capital Gain	กำไรจากส่วนต่างของราคาขาย
5	Finance & Investment	Gross Rental Yield	อัตราผลตอบแทนจากการเช่าเบื้องต้น (ยังไม่หักค่าใช้จ่าย)
6	Finance & Investment	Net Rental Yield	อัตราผลตอบแทนจากการเช่าสุทธิ (หลังหักค่าใช้จ่าย)
7	Finance & Investment	LTV (Loan to Value)	สัดส่วนวงเงินกู้ต่อมูลค่าทรัพย์สิน
8	Finance & Investment	Amortization	การผ่อนชำระเงินกู้แบบตัดทั้งเงินต้นและดอกเบี้ย
9	Finance & Investment	Cash Flow	กระแสเงินสด
10	Finance & Investment	IRR (Internal Rate of Return)	อัตราผลตอบแทนภายในจากการลงทุน
11	Finance & Investment	Negative Gearing	สถานการณ์ที่รายจ่ายสูงกว่ารายได้ (เพื่อประโยชน์ทางภาษี)
12	Finance & Investment	Equity	มูลค่าทรัพย์สินที่หักภาระหนี้สินออกแล้ว
13	Finance & Investment	Appraisal Value	ราคาประเมินโดยเจ้าหน้าที่หรือธนาคาร
14	Finance & Investment	Market Value	มูลค่าราคาตลาด ณ ปัจจุบัน
15	Finance & Investment	Liquidity	สภาพคล่อง (ความง่ายในการเปลี่ยนสินทรัพย์เป็นเงินสด)
16	Finance & Investment	Diversification	การกระจายความเสี่ยงในการลงทุน
17	Finance & Investment	Portfolio	กลุ่มสินทรัพย์ลงทุนทั้งหมดที่ถือครองอยู่
18	Finance & Investment	Debt-to-Income Ratio (DTI)	อัตราส่วนหนี้สินต่อรายได้
19	Finance & Investment	Interest Rate	อัตราดอกเบี้ย
20	Finance & Investment	Fixed Rate	อัตราดอกเบี้ยแบบคงที่
21	Finance & Investment	Floating Rate	อัตราดอกเบี้ยแบบลอยตัว
22	Finance & Investment	Refinancing	การขอเงินกู้ใหม่เพื่อทดแทนเงินกู้เดิมเพื่อให้เงื่อนไขดีขึ้น
23	Finance & Investment	Pre-payment	การชำระหนี้ก่อนกำหนด
24	Finance & Investment	Down Payment	เงินดาวน์
25	Finance & Investment	Deposit	เงินมัดจำ

Appendix: The Real Estate Glossary

หมวดคำศัพท์ การก่อสร้างและการออกแบบ

1	Construction & Architecture	Floor Plan	แบบแปลนพื้น
2	Construction & Architecture	Blueprint	พิมพ์เขียว/แบบแปลน ก่อสร้างอย่างละเอียด
3	Construction & Architecture	Layout	การจัดวางพื้นที่ภายใน
4	Construction & Architecture	Structural Engineering	วิศวกรรมโครงสร้าง
5	Construction & Architecture	Facade	หน้ากากอาคาร หรือส่วน ภายนอกอาคาร
6	Construction & Architecture	Interior Design	การออกแบบตกแต่ง ภายใน
7	Construction & Architecture	Landscape	ภูมิสถาปัตยกรรม (งาน สวนและพื้นที่ภายนอก)
8	Construction & Architecture	Load-bearing Wall	ผนังรับน้ำหนักของ โครงสร้างอาคาร
9	Construction & Architecture	Partition Wall	ผนังกั้นห้องแบบทั่วไป (ไม่ ได้รับน้ำหนัก)
10	Construction & Architecture	Ceiling Height	ความสูงของเพดาน
11	Construction & Architecture	Double Volume	พื้นที่เพดานสูงพิเศษเชื่อม ต่อ 2 ชั้น
12	Construction & Architecture	Built-in Furniture	เฟอร์นิเจอร์ที่ติดตั้งยึดติด กับอาคาร
13	Construction & Architecture	Fitting	อุปกรณ์ประกอบยึดติด (เช่น ก๊อกน้ำ มือจับ)
14	Construction & Architecture	Finishing	วัสดุตกแต่งพื้นผิวชั้น สุดท้าย
15	Construction & Architecture	Renovation	การปรับปรุงซ่อมแซมให้ กลับมาดีเหมือนเดิม
16	Construction & Architecture	Refurbishment	การตกแต่งใหม่ให้ทันสมัย ขึ้น
17	Construction & Architecture	Snag List / Punch List	รายการจุดบกพร่องที่ต้อง แก้ไขก่อนส่งมอบ
18	Construction & Architecture	Handover	การส่งมอบงานหรือส่ง มอบบ้าน
19	Construction & Architecture	Defect	จุดบกพร่อง ความเสียหาย หรือตำหนิ
20	Construction & Architecture	Foundation	ฐานรากของอาคาร
21	Construction & Architecture	Piling	การตอกเสาเข็ม
22	Construction & Architecture	Mezzanine	ชั้นลอย
23	Construction & Architecture	Balcony	ระเบียงที่ยื่นออกมาจากตัว อาคาร
24	Construction & Architecture	Terrace	ลานระเบียง หรือพื้นที่พัก ผ่อนนอกตัวบ้าน
25	Construction & Architecture	Penthouse	ห้องพักชั้นบนสุดที่หรูหรา และมีพื้นที่กว้าง

Appendix: The Real Estate Glossary

หมวดคำศัพท์ เพิ่มมูลค่าสูง

1	Luxury Lifestyle	High-End / Luxury	ระดับหรูหรา
2	Luxury Lifestyle	Ultra-Luxury	ระดับหรูหราขั้นสูงสุด
3	Luxury Lifestyle	Prime Location	ทำเลทองที่เป็นที่ต้องการมากที่สุด
4	Luxury Lifestyle	Exclusive	มีความเป็นส่วนตัวและเฉพาะกลุ่ม
5	Luxury Lifestyle	Secluded	สงบ เป็นส่วนตัว และห่างไกลจากความวุ่นวาย
6	Luxury Lifestyle	Waterfront	พื้นที่ติดริมน้ำ (แม่น้ำหรือทะเลสาบ)
7	Luxury Lifestyle	Oceanfront	พื้นที่ติดทะเล
8	Luxury Lifestyle	Panoramic View	วิวแบบมุมกว้างที่ไม่มีสิ่งกีดขวาง
9	Luxury Lifestyle	Amenities	สิ่งอำนวยความสะดวกภายในโครงการ
10	Luxury Lifestyle	Concierge Service	บริการผู้ช่วยส่วนตัวระดับพรีเมียม
11	Luxury Lifestyle	Infinity Pool	สระว่ายน้ำแบบไร้ขอบ
12	Luxury Lifestyle	Private Lift	ลิฟต์ส่วนตัวที่ส่งถึงภายในห้อง
13	Luxury Lifestyle	Gated Community	โครงการที่มีระบบรักษาความปลอดภัยหนาแน่น
14	Luxury Lifestyle	Mixed-use Development	โครงการที่รวมที่อยู่อาศัยและห้างสรรพสินค้า/ออฟฟิศ
15	Luxury Lifestyle	Branded Residence	ที่อยู่อาศัยที่บริหารโดยแบรนด์โรงแรมหรู
16	Luxury Lifestyle	Condominium	อาคารชุดที่ถือกรรมสิทธิ์แยกห้องได้
17	Luxury Lifestyle	Detached House	บ้านเดี่ยว
18	Luxury Lifestyle	Semi-detached House	บ้านแฝด
19	Luxury Lifestyle	Townhome	ทาวน์โฮม
20	Luxury Lifestyle	Villa	วิลล่า / บ้านพักตากอากาศ
21	Luxury Lifestyle	Trophy Property	อสังหาฯ ที่ซื้อเพื่อสะสมหรือแสดงฐานะทางสังคม
22	Luxury Lifestyle	Vacation Home	บ้านพักตากอากาศ
23	Luxury Lifestyle	Investment Property	อสังหาฯ ที่ซื้อไว้เพื่อเป้าหมายทางการเงิน
24	Luxury Lifestyle	Off-plan	โครงการที่ขายตั้งแต่ยังสร้างไม่เสร็จ
25	Luxury Lifestyle	Turn-key	พร้อมเข้าอยู่ได้ทันที (รวมตกแต่งและอุปกรณ์)

Appendix: The Real Estate Glossary

หมวดคำศัพท์ การสื่อสาร

1	Professional Communication	Negotiation	การเจรจาต่อรอง
2	Professional Communication	Counter-offer	ข้อเสนอที่ยื่นตอบกลับไป เมื่อยังไม่พอใจราคาเดิม
3	Professional Communication	Closing the Deal	การปิดการขาย
4	Professional Communication	Inquiry	การสอบถามข้อมูลจากผู้ ที่สนใจ
5	Professional Communication	Lead Generation	กระบวนการหาและคัด กรองผู้มุ่งหวัง
6	Professional Communication	Follow-up	การติดตามผล
7	Professional Communication	Referral	การแนะนำบอกต่อโดย บุคคลที่สาม
8	Professional Communication	Networking	การสร้างเครือข่ายความ สัมพันธ์ทางธุรกิจ
9	Professional Communication	Ethical Standard	มาตรฐานจรรยาบรรณ วิชาชีพ
10	Professional Communication	Transparency	ความโปร่งใสในการให้ ข้อมูล
11	Professional Communication	Commission Split	การแบ่งสัดส่วนค่าคอมมิช ชั่นระหว่างนายหน้า
12	Professional Communication	Listing Agreement	สัญญาแต่งตั้งนายหน้าฝาก ขาย/เช่า
13	Professional Communication	Exclusive Listing	การแต่งตั้งนายหน้าแบบ เจ้าเดียว
14	Professional Communication	Open Listing	การฝากขายแบบไม่จำกัด นายหน้า
15	Professional Communication	Co-broker	การร่วมมือกันระหว่างนาย หน้าสองฝ่ายเพื่อปิดดีล
16	Professional Communication	Brokerage	บริษัทหรือสำนักงานนาย หน้า
17	Professional Communication	Agent	ตัวแทนหรือนายหน้า
18	Professional Communication	Consultant	ที่ปรึกษา
19	Professional Communication	Client Relation	การบริหารความสัมพันธ์กับ ลูกค้า
20	Professional Communication	Prospect	ลูกค้าที่มีแนวโน้มว่าจะเป็น ผู้ซื้อจริง

About the Author : เกี่ยวกับผู้เขียน

Sipim Piwatthongchai (สีพิม พิวัธธงไชย)

การศึกษา

- Cert IV in Real Estate Practice (Kangan Institute-Australia)
- MBA Candidate (RMIT University-Australia)
- Ai in Marketing (Professional Development program by Australia Embassy, Thailand Collaborated to RMIT University)
- ศิลปศาสตรบัณฑิต (วิชาเอกภาษาอังกฤษ) (Khon Kaen University)

สีพิม พิวัธธงไชย เป็นที่ปรึกษาด้านอสังหาริมทรัพย์และผู้เชี่ยวชาญด้านการบริหารจัดการสินทรัพย์ข้ามพรมแดน (Cross-border Asset Management) ที่มีประสบการณ์โดดเด่นในการเชื่อมโยงโอกาสทางการลงทุนระหว่างประเทศไทยและประเทศออสเตรเลีย จบหลักสูตรตามมาตรฐานของออสเตรเลีย เพื่อขึ้นทะเบียนเป็นที่ปรึกษาทางการลงทุนอสังหาริมทรัพย์ ได้ตามกฎหมายของออสเตรเลีย

ในฐานะนักศึกษาปริญญาโทบริหารธุรกิจ (MBA) ณ **RMIT University** ประเทศออสเตรเลีย สีพิมได้นำเอาความเชี่ยวชาญด้านการวิเคราะห์ข้อมูลทางการเงิน (Financial Analytics) และ**กระบวนการคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking)** มาประยุกต์ใช้ในการยกระดับมาตรฐานวิชาชีพนายหน้าอสังหาริมทรัพย์ เธอไม่ได้เพียงแต่นำเสนอที่อยู่อาศัย แต่เธอยังมอบโซลูชันด้านความมั่นคงและการบริหารพอร์ตโฟลิโอที่มีความแม่นยำและโปร่งใส และด้วยโปรแกรมการเรียนรู้ Ai in Marketing ซึ่งจัดโดยสถานทูตออสเตรเลีย ประจำประเทศไทย ร่วมกับ RMIT University จึงนำความรู้ทั้งสองส่วนมาผนวกกันเพื่อใช้งานให้ประสบความสำเร็จและรวดเร็วยิ่งขึ้น

ด้วยความเชื่อมั่นใน "The Power of Professionalism" สีพิมมุ่งเน้นการสร้างตัวตนในฐานะที่ปรึกษาที่เป็นผู้นำทางความคิด (*Thought Leader*) โดยถ่ายทอดประสบการณ์ผ่านบทความด้าน Leadership และ Real Estate Strategy บนแพลตฟอร์ม LinkedIn และ Medium เพื่อส่งต่อแรงบันดาลใจและจรรยาบรรณวิชาชีพให้กับคนรุ่นใหม่ในอุตสาหกรรม

Core Expertise:

Cross-border Transactions: การจัดการธุรกรรมอสังหาริมทรัพย์ระหว่างไทยและออสเตรเลีย

Legal Compliance: การให้คำปรึกษาด้านข้อกำหนดทางกฎหมายและเอกสารสัญญา โดยทีมทนายความมืออาชีพ

Asset Analysis: การวิเคราะห์อัตราผลตอบแทน (Yield) และการเติบโตของมูลค่าสินทรัพย์ (Capital Appreciation)

Strategic Communication: การสื่อสารเชิงธุรกิจและการเจรจาต่อรองระดับสากล

LinkedIn: Sipim Piwatthongchai

Website: www.khonkaenestate.com

Email: talktosipim@gmail.com

