

อนาคตของการขาย

เพิ่มศักยภาพให้ผู้นำด้านการขาย ตัวแทนฝ่ายขาย และฝ่ายปฏิบัติการขายด้วยการขายที่ผสมทั้งมนุษย์ และเอเจนต์อัตโนมัติ (agentic sales)

ความเป็นจริงใหม่สำหรับผู้นำด้านการขาย

ตลอดหลายทศวรรษที่ผ่านมา การเพิ่มรายได้ในการขายแบบ B2B หมายถึงการขายทีมขายด้วยการจ้างพนักงานขายเจ้าหน้าที่ SDR (Sales Development Representative) และสมาชิกทีมปฏิบัติการเพิ่มเติม เพื่อรองรับฐานลูกค้าที่เติบโตขึ้น

อย่างไรก็ตาม ไม่ใช่จำนวนของลูกค้าที่ทำให้ผู้เชี่ยวชาญด้านการขายรู้สึกหนักใจ แต่คือความพยายามที่ต้องใช้ในการดูแลแต่ละบัญชี

ผู้เชี่ยวชาญด้านการขายสื่อสารกับลูกค้าได้หลายวิธี ตั้งแต่การโทรศัพท์แบบดั้งเดิมไปจนถึงอีเมล การแชทออนไลน์ และอื่น ๆ ข้อมูลสำคัญที่บันทึกผ่านการโต้ตอบเหล่านี้จะถูกกระจายและเก็บไว้ในสถานที่หลายแห่ง ด้วยเหตุนี้ การดึงข้อมูลที่เกี่ยวข้องทั้งหมดสำหรับโคลเอนต์เดียวจึงเป็น

กระบวนการที่ซับซ้อนและใช้เวลานาน ซึ่งนำไปสู่ความหงุดหงิดของพนักงานและลูกค้าที่ไม่พอใจ

จะเป็นอย่างไรหากแทนที่จะขายทีม คุณสามารถเร่งประสิทธิภาพการทำงาน ทำให้ผู้เชี่ยวชาญด้านการขายสามารถรับผิดชอบพื้นที่และสายผลิตภัณฑ์เพิ่มเติมได้

นั่นคือสิ่งที่ **Agentic AI** มอบให้: ระบบอัจฉริยะที่ทำงานร่วมกับทีมของคุณตลอด 24 ชั่วโมง เพื่อสร้างผลลัพธ์ที่พลิกโฉมธุรกิจอย่างแท้จริง อนาคตของการขายอยู่ใกล้กว่าที่คิด **Gartner** คาดการณ์ว่าภายในปี 2027 เวิร์กโฟลว์การวิจัยของผู้ขายอย่างน้อย 95% จะเริ่มต้นด้วย AI¹

82%

ของผู้นำระบุว่าพวกเขาจะใช้
แรงงานดิจิทัลในอีก 12-18
เดือนข้างหน้า²



การขายเชิงเอเจนต์ (Agentic Sales)

AI กำลังมอบโอกาสครั้งหนึ่งในชีวิตให้เราได้จินตนาการแนวทางของเราใหม่ใน CRM ในองค์กรการขายเชิงเอเจนต์ พนักงานขายที่เป็นมนุษย์และเอเจนต์ทำงานร่วมกันเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมกับลูกค้าที่มีความหมาย งานบริหารจัดการ เช่น การค้นคว้าและคัดกรองลูกค้าเป้าหมาย จะถูกจัดการโดยเอเจนต์อัตโนมัติ ช่วยให้พนักงานขายสามารถใช้เวลาไปกับการขายและสร้างรายได้กับลูกค้าได้มากขึ้น

ลองนึกภาพกระบวนการขายที่:

- ฝ่ายขายแต่ละคนได้รับการเสริมศักยภาพด้วย AI ที่เข้าใจเป้าหมาย ตารางเวลา และงานของตนเอง
- เอเจนต์อัตโนมัติคัดกรองผู้มีแนวโน้มจะเป็นลูกค้า ร่างข้อเสนอ และแม้แต่จัดการข้อตกลง
- ผู้นำฝ่ายขายดูแลกลยุทธ์ทีม การคาดการณ์ และไปป์ไลน์ ในขณะที่ AI จัดการการดำเนินการ
- ทีมมีเวลาและทรัพยากรที่จำเป็นในการขยายพื้นที่การขายและการนำเสนอสายผลิตภัณฑ์

3 วิธีที่ผู้ขายจะได้รับประโยชน์จากการขายเชิงเอเจนต์:

ระดับ 1

เสริมศักยภาพ



ทุกคนได้รับเครื่องมือ AI เพื่อสนับสนุนการทำงานประจำวัน

ระดับ 2

ใช้ระบบอัตโนมัติ



ทีมประกอบด้วยเอเจนต์ที่ปฏิบัติงานภายใต้การดูแลของมนุษย์

ระดับ 3

ทำงานโดยอิสระ



AI ดำเนินงานโดยมีการกำกับดูแลและร่วมมือกับทีมขาย พร้อมรายงานผลกลับไปยังผู้นำ

ตัวอย่างเช่น:

เอเจนต์ AI ด้านการขายสามารถให้คำแนะนำเพื่อพัฒนาไปป์ไลน์การขาย ช่วยให้ตัวแทนฝ่ายขาย สามารถมุ่งเน้นไปที่การสร้างความสัมพันธ์และมอบประสบการณ์ที่มีความหมายและเป็นส่วนตัวให้กับลูกค้า นอกจากนี้ ฝ่ายขายและฝ่ายการตลาดสามารถทำงานร่วมกันได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น ตามข้อมูลของ **Gartner** ทีมขายและการตลาดที่มีความร่วมมือกันอย่างเข้มแข็ง มีโอกาสประสบความสำเร็จในการเติบโตเชิงพาณิชย์มากขึ้นถึง 2.3 เท่า⁴

ผู้เชี่ยวชาญด้านการขายที่ใช้ **Copilot** และเอเจนต์อย่างเข้มข้น กำลังเห็นยอดขายที่เพิ่มขึ้น อัตราการปิดการขายที่ดีขึ้น และรายได้ที่สูงขึ้น กรณีศึกษาที่น่าสนใจเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงการขายของ **Microsoft**

ทำตามแผนที่วางไว้

ทีมขายของ Microsoft พร้อมด้วยความช่วยเหลือจาก
เอเจนต์ฝ่ายขาย สามารถเข้าถึงลูกค้าเป้าหมายได้
มากกว่า 12,000 รายต่อเดือน

ผลลัพธ์ชัดเจน:

9.4%

ของรายได้ต่อพนักงานขายที่เพิ่มขึ้น⁵

20%

ที่เพิ่มขึ้นในอัตราการปิดการขาย⁵

10.4%

ของการปรับปรุงในการแปลงลูกค้าเป้าหมายเป็นโอกาส
ทางการขาย⁶

ผลลัพธ์เหล่านี้ไม่ได้เกิดจากแค่แดชบอร์ดที่ดีขึ้นเท่านั้น
แต่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงที่ลึกซึ้งกว่า: มนุษย์และ
เอเจนต์ AI ร่วมกันสร้างผลลัพธ์ตลอดวงจรชีวิตการขาย

การพลิกโฉมการขายที่ Microsoft

Microsoft กำลังพลิกโฉมขีดจำกัดของความเป็นไปได้ใน
งานขาย ในฐานะองค์กรการขายเชิงเอเจนต์ระดับ
แนวหน้า เรากำลังเปลี่ยนแปลงวิธีการสร้างรายได้ ซึ่งไม่ใช่
ด้วยการเพิ่มจำนวนพนักงาน แต่ด้วยการขยายศักยภาพ
ของมนุษย์ผ่าน AI

จะเป็นอย่างไร ถ้าทีมขายของคุณสามารถมุ่งเน้นไปที่
การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าได้มากขึ้น ขณะที่เอเจนต์
อัจฉริยะจัดการงานที่เหลือให้ล่ะ? ถ้าผู้นำสามารถตัดสินใจ
ได้อย่างชาญฉลาดและรวดเร็วยิ่งขึ้น ด้วยข้อมูลเชิงลึกเวลา
จริงและการดำเนินงานที่คล่องตัวล่ะ?

นั่นไม่ใช่วิสัยทัศน์ที่อยู่ยาวไกล แต่กำลังเกิดขึ้นตอนนี้
อนาคตของการขายไม่ใช่การเพิ่มบุคลากร แต่เป็นการเพิ่ม
ศักยภาพ

Agentic AI คือ Salesforce ยุคใหม่ และด้วย
Microsoft คุณสามารถนำทางได้

ในปี 2027

60%

ของ Chief Sales Officer (CSO) และผู้นำด้านการขายจะพึ่งพา
GenAI เป็นอินเทอร์เฟซที่ต้องการสำหรับการเข้าถึงการวิเคราะห์
การขาย³



ลงมือทันที คว้าโอกาสชั้นนำ

คุณไม่จำเป็นต้องมีการปรับโฉม AI ครั้งใหญ่ เพื่อเริ่มเปลี่ยนแปลงองค์กรการขายของคุณ ในความเป็นจริง บริษัทที่ประสบความสำเร็จมากที่สุดเริ่มต้นด้วยการดำเนินการเชิงกลยุทธ์ที่มุ่งเน้น

ด้วยการลงมือทำทันทีและปฏิบัติตามแนวทางสามขั้นตอนที่พิสูจน์แล้ว คุณสามารถสร้างผลลัพธ์ที่รวดเร็ว สร้างแรงส่ง และวางทีมของคุณให้อยู่แถวหน้าของการปฏิบัติการขายด้วย Agentic AI

เรียนรู้เพิ่มเติม

1

ตรวจสอบให้แน่ใจว่าข้อมูลพร้อมใช้งาน

ข้อมูลที่สะอาดและเชื่อมต่อกันคือรากฐานสำคัญ AI จะมีประสิทธิภาพได้เท่ากับข้อมูลที่ใช้เท่านั้น

2

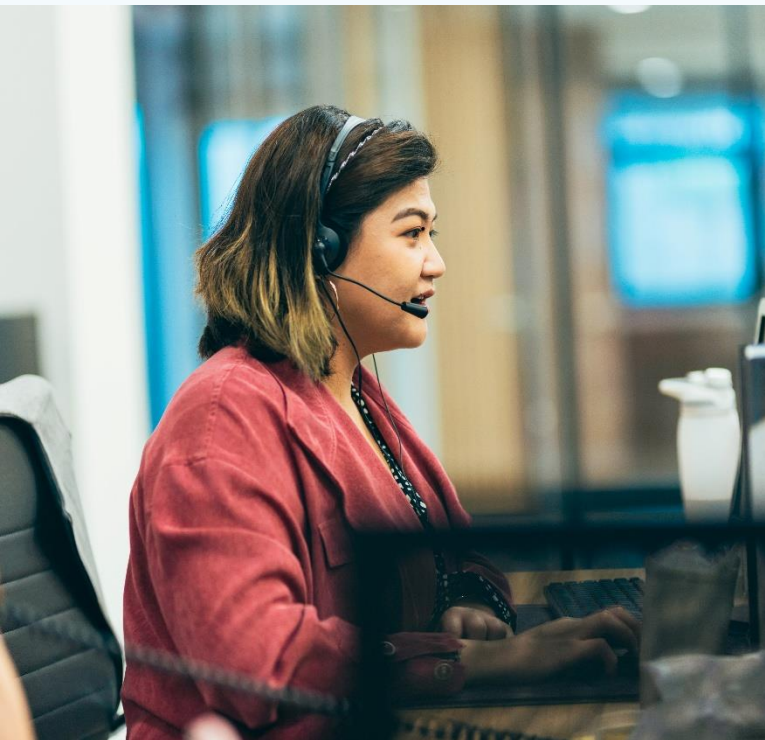
นำร่องรูปแบบการใช้ที่มีผลกระทบสูง

เริ่มต้นด้วยหัวข้อหนึ่ง เช่น คุณสมบัติของลูกค้าเป้าหมาย คุณสมบัติของลูกค้าเป้าหมายอัตโนมัติ การกำหนดความต้องการซื้อ หรือการปิดการขาย

3

จ้างพนักงานฝ่ายขายดิจิทัลคนแรกของคุณ

ปฏิบัติตามเอเจนต์ AI ของคุณเหมือนสมาชิกในทีม: มอบหมายงานให้และวัดผลการทำงาน ทำซ้ำ



บริษัทระดับโลกด้านการท่องเที่ยวใช้ AI เพื่อผลักดันการบริการตนเองในทุกขั้นตอนของการเดินทางของลูกค้า ตั้งแต่การจองไปจนถึงการมีส่วนร่วมหลังการท่องเที่ยว ผลลัพธ์ก็คือ

คาดว่าจะมี

อัตราการแปลงเพิ่มขึ้น 7 เท่า

และคาดว่าจะสร้างมูลค่า

3 ล้านเหรียญสหรัฐ

ในแต่ละเดือน

เชิงอรรถ

<https://www.microsoft.com/en-us/worklab/work-trend-index/2025-the-year-the-frontier-firm-is-born> Microsoft Work Trend Index 2025

1. Microsoft Work Trend Index 2025

2. Gartner®, แนวโน้มด้านเทคโนโลยีเชิงกลยุทธ์สำหรับปี 2025, ตุลาคม 2024

3. ปรับการวิเคราะห์การขายให้ทันสมัยด้วยกลยุทธ์ Generative AI ที่สมจริง — การวิจัยของ Gartner®

4. วิธิตัดตามลูกค้าเป้าหมายที่มีคุณสมบัตินี้เหมาะสมด้านการขาย: 3 แนวทางปฏิบัติที่ดีที่สุดในการปิดการขาย — Gartner, เมษายน 2025

5. ข้อมูลทีมขายภายในของ Microsoft โดยอ้างอิงจากผู้เชี่ยวชาญด้านการขาย SME&C จำนวน 30 รายที่เข้าร่วมโครงการนำร่องของ Sales Agent AI กำลังเปลี่ยนแปลงรูปแบบการทำงานแล้ว รวมถึง Microsoft ด้วย — Microsoft, 2024

6. อ้างอิงจากข้อมูลภายในของ Microsoft; มกราคม—มีนาคม 2025 ลูกค้าเป้าหมายคือผู้ที่มีศักยภาพในการเป็นลูกค้าและได้แสดงความสนใจในการซื้อสินค้า ในขณะที่โอกาสการขาย คือ ข้อตกลงการขายที่ผ่านการพิจารณาคุณสมบัติและได้รับมาจากลูกค้าเป้าหมายนั้น