Brandex Directory

แผนก /ฝ่าย :ยาย		Quality Management System Planning	REV. No.	Effective Date	Date		Prepare by	Approved by
ผู้รับผิดชอบ :		(Action Plan)	ω	1/7/2022	22	0	017-278	1848
วัตถุประสงค์ (Objective) :	Item	Activity		ทรัพยากรที่ต้อง	แผนการดำเนินงาน	นาน	้ ผู้รับผิดชอบ	การติดตามผล
An CSI				ใช้งบประมาณ	เริ่ม	กำหนดเสร็จ		
		ด้าเนินการวางแผนงานเพื่อตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าตามงบ	กด้าตามงบ		д- 1-		ฝ้ายขาย+	0
		ประมาณ+รสนิยม		1	THE THE PROPERTY OF THE PROPER	12 12 13 13 13 15 15 15 15 15 15 15 15 15 15 15 15 15	ผจก. ฝ่ายผลิต	
เป้าหมาย (Target) :		ทำการติดตามรายงานผลความคืบหน้างานให้รับทราบอยู่เสมอ	1822	1	ทุกครั้งเมื่อเริ่มดำเนินการ ผลิต	เนินการ	เจ้าหน้าที่ที่มีส่วนรับผิด ขอบงาน	
> 4.5 ต่อปี	ω	ให้คำปริกษาเกี่ยวกับการทำการตลาดให้กับลูกค้าอยู่เสมอโดยที่ไม่ต้อง	อโดยที่ไม่ต้อง		Δ		ผจก.ฝ่ายขาย	
		\$2010		1	ทุกเดอน		และฝ่ายขาย	
ทั่ววัดผล :	4	ด้าเนินการวางแผนจัดกิจกรรมที่ช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์และส่งเสริม	เละสงเสริม		7		ผจก. ฝ่ายขาย	
ระดับความพึ่งพอใจของลูกค้า		ยอดขายให้กับลูกค้า		1	เทรมาลแรกของบ 2565	2565	ผจก. ฝ่ายผลิต	
	5	ตรวจเช็คงาน ให้ความร่วมมือระหว่างลูกค้าและฝ่ายผลิต เพื่อให้	เพื่อให้				시 시 원 기 문 일 기 문 일 기 문 일 기 문 日 り 日 り 日 り 日 り 日 り 日 り 日 り 日 り り り り	
		ด้าเนินการให้เป็นไปตาม สัญญาแบบสมบูรณ์		,	ANDA MATALLE	<u>ئ</u>	ผจก. ฝ่ายผลิต	
Monitoring Plan								
ข้อมูลที่ใช้ วิธีการ ความถี่ใน สถิติที่ใช้ การวัด		ผลการเฝ้าติดตามและการวัด	:การนัด		0	- เริ่มต้น)= เริ่มต้น⊕ = กำลังตำเนินกา⊕ = ฅิ	= ติดตามครั้งที่1
						= ติดตามครั้งที่	รที่ = ปัดสรุป	
แบบสำรวจ ส่ง Google ปีละ 1 ครั้ง กราพเส้น		*					การวิเคราะห์ข้อมูล	
ความพึงพ _e Form							¥	
[a]	4.5	***************************************		นในใน	มาย			
				Targ	Target Line Result			
		0 1 2 3 4 5 6 7 8	9 10	11 12 MO	Month			
FM-QMR-09/01 Rev. 00				AND THE PARTY OF T				

		Quality Management System Planning	REV. No.	Effective Date	ate	Pr	Prepare by
ผู้รับผิดขอบ :		(Action Plan)	03	1/7/2022	2	9	2000
วัตถุประสงค์ (Objective) :	Item	n Activity	ทรั	ทรัพยากรที่ต้อง	แผนการดำเนินงาน	1	นัรบดิตชอบ
เป้าหมายยอดขาย			13	ให้งบประมาณ	172	กำหนดเสร็จ	é
		นั้รับผิด			-	1	
เป้าหมาย (Target) :		สัดส่วน รวมไปถึงคาดคะเนความเป็นไปได้			การประทุมต้นป	E)	ผจก. ฝ่ายขาย
มากกว่า หรือ เท่ากับ 45 ล้านบาท ต่อปี	ก ต่อปี 2	นำเสนองานผ่านโซเซียลมีเดีย เพื่อเจาะกลุ่มผู้ประกอบการจาก Database			e		=
		บริง Facebook			นูกใ		ฝ่ายขาย
	ω	นำเสนองานในรูปแบบการทำการตลาดแบบครบวงจร เพื่อสร้างมูลค่า	สร้างมูลค่า		ę		
ทั่ววัดผล :		ในการนำเสนองาน			หยบใน		ฝ่ายขาย
ยอดขายต่อปี	4	 ท่อยอดกับลูกค้าเท่าให้เพิ่มช่องทางการตลาดเพื่อเพื่อยอดขายเดิม 			หูกจัน		ฝ่ายขาย
	5	จัดทำ Report ยอดขายและการ Estimate การขายทุกเดือนเพื่อนำเสนอ	แพื้อนำเสนอ) <u>.</u>		=
		ต่อผู้บริหาร ผ่านการประชุมประจำเดือน			P. 13,1891 J. J.		มาย ขาย
	0	จัดหาและพัฒนาบุคลลากรฝ่ายขาย เพิ่มให้ถึงเป้าหมาย	ังเป้าหมาย -		ทุกจัน		ฝ่ายนุคคล
		-				-	
Monitoring Plan						NAME AND ADDRESS OF THE OWNER, TH	
ข้อมูลที่ใช้ วิธีการ ความถี่ใน การวัด	สกิติที่ใช้	ผลการเฝ้าติดตามและการวัด	ารวัด		0	= ผูนตันธิ์:	= เริ่มต้น = กำลังดำเนินกา = ติดตามครั้งที่
						= ติดตามครั้งที่	= ปิดสรูป
ยอดขาย สรุปยอดขาย ปีละ 1 ครั้ง กร	กราฟเส้น						การวิเคราะห์ข้อมูล
			 เป้าหมาย Target Line	Line	Result		
		0 1 2 3 4 5 6 7 8	9 10 11	Month 12	1th		
EN - OMB - OT O	non-manufacture of the state of						

Brandex Directory

		:	Month	11 12 MC	9 -	0 1 2 3 4 5 6 7 8					
		Result	Target Line	Tarç						มายบริหาร ทุกเดือน	
\ 3	การวิเคราะห์ข้อมูล		ยาย	เป้าหมาย		•	100%	PIN3MI.ELJ	7 50	M13.217	10E
	พีที่ = ปัดสรุป	= ติดตามคุ้งที่									
= ติดตามครั้งที่1	ลังดำเนินกา	O= เริ่มต้น ()			ารวัด	ผลการเฝ้าติดตามและการวัด	and and extended to be a series of the serie	สกิตที่ใช้	ความถึงม	วิธีการ	ขอมูลที่ใช้
										Plan	Monitoring Plan
							-				
										ของพนักงานขาย	ทูนพงอน
					:			นกรษพย	ใหธิภาพของ	การเพิ่มขึ้นของประสิทธิภาพของผลงาน	การเพิ่ม
	M.EJ.E	PA 12.1491	1 N			เพิ่มเติมจากฝ่ายบริหาร	5,				ตัววัดผล :
	0	OL D	8		บคำแนะนำ	นำเสนอตัวอย่างการขายผ่านการประชุมประจำเดือนเพื่อรับคำแนะนำ	4				
	Σ	2	NEWEN		3	อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้เท่าทันในการนำเสนอขายงานแก่ลูกค้า	D			rel	100% ต่อปี
		30000 S			ห้บริการ	ศึกษาหาความรู้เพิ่มเติมเกี่ยวกับสินค้าและบริการที่บริษัทให้บริการ	ω Dala			เป้าหมาย (Target)	เม็นหนาย
	ฝ่ายขาย	ตลอดโครงการ	ตลอดโครงการ			นู้เกี่ยวกับพักษะการขายอย่	N				
	MWI. WIETIE	THIANK-CETTELL				ได้รับงานที่เป็นปัจจุบัน ทันสมัยที่สุด	کے		างต่อเนื่อง	หรือฝ่ายบริหารอย่างต่อเนื่อง	หรือฝ่า
		000 P	200		เพื่อให้ลูกค้า	ทบทวนแพคเกจการขายให้เหมาะสมกับตลาด ณ ปัจจุบัน เพื่อให้ลูกค้า	7	สต่อทีมงาน	าและบริกา	นำเสนอข้อมูลสินค้าและบริการต่อทีมงาน	นาเพา
O		กำหนดเสร็จ	13°-	ใช้งบประมาณ				ะวิธีการ	การขายแล	พัฒนาคุณลักษณะการขายและวิธีการ	เกาหลุ น
การติดตามผล	นื้อมพิทธาน	แผนการดำเนินงาน	มระบนหพา	ทรัพยากรที่ต้อง		Activity	Item		ve) :	วัตถุประสงค์ (Objective) :	วัตถุประส
000	401	0/	123	1/7/2022	03	(Action Plan)			&19X4		นั้รับผิดชอบ :
Approved by	Prepare by		Date	Effective Date	REV. No.	Quality Management System Planning			別で ンベ		: เลนต/ แนตท

FM-QMR-09/01 Rev. 00

Brandex Directory

\$W&II/WIC		wuality management System Planning	TITY. NO.	Effective Date	Date	7	Prepare by	Approved by
ผู้รับผิดชอบ : อารรร		(Action Plan)	03	1/7/2022	22	3	DILLY	1,255
วัทถุประสงค์ (Objective) :	Item	Activity	ทร	ทรัพยากรที่ต้อง	แผนการดำเนินงาน	1	ผู้รับผิดชอบ	การติดตามผล
จะต้องทำยอดขายสัดส่วนลูกค้าเก่า				ใช้งบประมาณ	5).	กำหนดเสร็จ		
เพิ่มขึ้นจากยอดเดิม	_	ขายงานเพิ่มเติมเพื่อเพิ่มเครื่องมือขายส่วนอื่นๆ ให้แก่ลูกค้า อาธิ งานสิ่งพิมเ	า อาธิ งานสิ่งพิมเ	ı	ตลอดโครงการ	ริงการ	ฝ่ายขาย	
		ออกแบบ Ebook หรืออื่นๆ				-		
	N	แนะนำและเสนอขายเครื่องมืออื่นๆ ที่ลูกค้ายังไม่ได้ชื่อบริการ		1	 ตลอดโครงการ	รงการ	ฝ่ายขาย	
เป้าหมาย (Target) :	ω	ผลักคันการขายงาน AEC Package เพิ่มเติมให้กับลูกค้าเก่า		'	ตลอดโครงการ	ริงการ	ฝ่ายขาย	
เพิ่มขึ้น 15 % ต่อปี	4	มุ่งมันในการบริการลูกค้าอย่างเต็มที่เพื่อสร้างความไว้วางใจ		1	ตลอดโครงการ	งการ	ฝ่ายขาย	
ทั่ววัดผล :								
ยอดขายลูกค้าเก่าที่เพิ่มขึ้น			-					
		•						
Monitoring Plan								
ข้อมูลที่ใช้ วิธีการ ความถี่ใน ลถิติที่ใช้	25					O= เริ่มต้น	= กำลังดำเนินกา	= ติดตานครั้งที่1
การวัด		ผลการเฝ้าติดตามและการวัด	ารวัด			= ติดตามครั้งที่	ที่ = ปัดสรุป	
ยอดขาย นับยอดขาย ปีละ กราฟเส้น	24	*		and Agreement and the Control of the			การวิเคราะห์ข้อมูล	20
ลูกค้าเก่า และนำเข้าที่ 1 ครั้ง	100%		เป็าหมาย	_			\	\
13cg31K7E	······································		Target Line	Line				
บริหาร						Result	,	/
ทุกเดือน		0 1 2 3 4 5 6 7 8	9 10 11	12 M	Month			
			ō	ī				

Brandex Directory

130k 13		Ouglity Management System Diamains		Pro Co _ Li				
			7. 20.	CHECTIVE Date	Date		Prepare by	Approved by
ผู้รับผิดชอบ		(Action Plan)	03	1/7/2022	22	27.	ALLIA	かだ!
วัตถุประสงศ์ (Objective) :	Item	Activity	ทรั	ทรัพยากรที่ต้อง	แผนการดำเนินงาน	มนงาน	ผู้รับผิดชอบ	การติดตามผล
จะต้องทำยอดขายสัดส่วนลูกค้าใหม่				ให้งบประมาณ	17.	กำหนดเสร็จ		
เพิ่มขึ้นจากยอดปีที่ผ่านมา		<u>บิง ระโนหน้าสุกในเปละเทางในผู้กุ้งเทอทเทาดูกลู่ที่สุดเกาสากการเกาสา</u>	นใประจำปี	1	ช่วงต้นโครงการ	งการ	ผจก.ฝ่ายขาย	
	2	ทบทวนแพคเกจและราคาขายให้เป็นข้อมูลปัจจุบัน		1	ช่วงต้นโครงการ	งการ	ผจก.ฝ่ายขาย	
	ω	อื่นๆ อาธิ กลุ่มลูกค้าที่ผ์	รินงานแสดงสินค้า 	1	ตลอดโครงการ	\$UUP.	ฝ่ายขาย	
เป้าหมาย (Target) :		ผู้ร่วมออกงานแสดงสินค้า สื่อโชเชียลมีเคีย และ Database ที่บริษัทมี						
เพิ่มขึ้น 50 % ต่อปี	4	ร่วมกันวางแผนและพัฒนาสินค้าและบริการของบริษัท เพื่อให้สามารถ	อให้สามารถ	'			ผจก. ฝ่ายขายและ	
		ขายกลุ่มลูกค้าได้กร้างมากยิ่งขึ้น	-		ตลอดโครงการ	งการ	ผจก.ฝ่ายผลิต	
ตัววัดผล :	57	สร้างสัมพันธ์ผ่านการบริการที่ดีกับลูกค้า เพื่อให้เกิดการแนะนำ และบอกต่อ	นะนำ และบอกต่อ	,	ศลอดโครงการ	งการ	ฝ่ายขาย	
ยอดขายลูกค้าใหม่ที่เพิ่มขึ้น			Ť					
Monitoring Plan								
ข้อมูลที่ใช้ วิธีการ ความถี่ใน สถิติที่ใช้		ผลการเฝ้าติดตามและการวัด	การวัด)= เริ่มต้น 🗎 =)= เริ่มต้น	= ติดตามครั้งที่1
						= ติดตามครั้งที่	= ปัดสรุป	
ยอดขาย มัมยอดขาย ปีละ กราฟเส้น		*				The second secon	การวิเคราะห์ข้อมูล	
ลูกค้าเก่า และนำเข้าที่ 1 ครั้ง	100%	***************************************	เป้าหมาย				\	\
ประชุมฝ่าย			Target	Line				
บริหาร					זכו	Result	,	,
ทุกเดือน		0 1 2 3 4 5 6 7 8	9 10 11	12 Mc	Month			
				ekimen eksterikin metalli dimamini hashan pertemberan eksterya				

FM-QMR-09/01 Rev. 00