



ประชุมทบทวนฝ่ายบริหาร ประจำปี 2565

ฝ่ายขาย



KPI ฝ่ายขาย ทั้งสิ้น 5 หัวข้อ

KPI ฝ่ายขาย ตามนโยบาย ที่ 1

1. พัฒนาคุณลักษณะการขายและวิธีการนำเสนอข้อมูลสินค้าและบริการต่อทีมงานหรือฝ่ายบริหารอย่างต่อเนื่อง

KPI ฝ่ายขาย ตามนโยบาย ที่ 3

1. เป้าหมายยอดขาย มากกว่าหรือเท่ากับ 45 ล้านบาทต่อปี 100%
2. จะต้องทำยอดขายสัดส่วนลูกค้าเก่าเพิ่มขึ้นจากยอดเดิม 15 % ต่อปีหรือตามเป้าหมายที่ตกลงไว้กับองค์กร 100%
3. จะต้องทำยอดขายสัดส่วนลูกค้าใหม่ เพิ่มขึ้นจากยอดปีที่ผ่านมา 50% ต่อปีหรือตามเป้าหมายที่ตกลงไว้กับองค์กร 100%
4. ระดับความพึงพอใจของลูกค้าไม่ต่ำกว่า 4.5 ต่อปี

นโยบายที่ 1

ชำนาญงานวางแผนการตลาดรูปแบบผสมผสาน
(Omni-Channel) ผลิตสื่อสร้างสรรค์งานคุณภาพ เหมาะสมสอดคล้องกับ
ความต้องการของลูกค้า

1. พัฒนาคูณลักษณะการขายและวิธีการนำเสนอข้อมูลสินค้าและบริการต่อทีมงานหรือฝ่ายบริหารอย่างต่อเนื่อง

หัวข้อในการนำเสนอข้อมูลในแต่ละเดือน เพื่อพัฒนาคูณลักษณะการขาย

มกราคม - แผนการขาย สินค้า บริการ และแนวโน้มการตลาด ประจำปี 2565

กุมภาพันธ์ - หนังสือที่ตีพิมพ์และจะแจกจ่ายในปี 2565 พร้อมทั้งนำเสนอรูปแบบเล่ม การปรับปรุงพัฒนางาน

มีนาคม - การนำเสนองานสื่อโซเชียลมีเดียต่อภาคอุตสาหกรรมและธุรกิจ B2B

เมษายน - การพัฒนางานในรูปแบบการขายงานครบวงจรในรูปแบบ Solution ด้วยการวิเคราะห์ข้อมูลงานที่ลูกค้ามีอยู่ ณ ปัจจุบัน และการต่อยอดพัฒนางานหากใช้บริการ

พฤษภาคม - ความจำเป็นในการจัดทำ SEO ให้แก่เว็บไซต์เพื่อเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงใน Google

มิถุนายน - การปรับปรุงรูปแบบการทำงานของเว็บไซต์ www.brand.co.th ให้สอดคล้องกับตลาดในปัจจุบัน พร้อมทั้งนำเสนอ งานขายและรูปแบบการให้บริการเพื่อให้ลูกค้าต่อสัญญา

กรกฎาคม - เกี่ยวกับ การปรับปรุงรูปแบบการทำงานของเว็บไซต์ www.Pagethai.com พร้อมทั้งนำเสนอรูปแบบการขาย ผ่านช่องทางออนไลน์เพื่อขยายตลาดได้มากขึ้น

สิงหาคม - รูปแบบการขายงานของบริษัทให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดในปัจจุบัน

กันยายน - การปรับปรุงการทำงานของเว็บไซต์ www.brand.co.th เพื่อเจาะตลาดการส่งออกต่างประเทศ

ตุลาคม - นำเสนอการขายผ่าน www.Pagethai.com

พฤศจิกายน - วางรูปแบบการขาย ภายใต้โมเดลใหม่ เพื่อการต่อยอดในอนาคต และการขายบริการเพิ่ม

พัฒนาคุณลักษณะการขายและวิธีการนำเสนอข้อมูลสินค้าและบริการต่อทีมงานหรือฝ่ายบริหารอย่างต่อเนื่อง (ต่อ)

- การประเมิน (Omni-Channel) คือไม่ผ่านเกณฑ์ คือรูปแบบการขายที่ขายได้ไม่หลากหลาย บางรายการที่มีรูปแบบการขาย ขายได้น้อยหรือไม่ถูกการขายเพื่อสร้างรายได้ เข้าบริษัท
- สาเหตุ
- ฝ่ายขายไม่ได้นำเสนอผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ที่บริษัทฯ มีให้บริการ กับลูกค้าทุกราย
- ขาดการสร้างตัวอย่างเพื่อนำเสนองานไม่ทันต่อการนำเสนองานตามระยะเวลาขาย
- แนวทางการแก้ไข
- ฝ่ายขายต้องนำเสนอผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ที่บริษัทฯ มีให้บริการ กับลูกค้าทุกราย และวางแผนการขายให้สอดคล้องกับความต้องการและงบประมาณรวมถึงรสนิยมของลูกค้า เพื่อเพิ่มรายได้และตัวอย่างอ้างอิงให้กับบริษัท
- เครื่องมือการขาย ในการนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการ ผ่านIDMS โดยอัปเดตตัวอย่าง ให้เป็นปัจจุบัน และทันต่อระยะเวลาขาย

จะต้องพัฒนาคุณลักษณะการขายและวิธีการนำเสนอข้อมูลสินค้าและบริการต่อทีมงานและฝ่ายบริหารอย่างต่อเนื่องทุก
เดือน 100%

1. ขอให้ จัดทำข้อสรุปที่เน้นประเด็นการพัฒนา ศักยภาพของฝ่ายขาย. ที่มีอยู่ ณ ปัจจุบัน ให้เป็นรูปธรรม ตาม
นโยบาย แต่ละส่วนที่กำหนดไว้ ในส่วน ของ SALE

- สามารถพัฒนาการขายและนำเสนอต่อองค์กร ตลอดระยะเวลา ตั้งแต่เปิดการขายถึงปัจจุบัน

มกราคม 65 ถึง พฤศจิกายน 65 รายงานผลยอดขายเก่า และลูกค้าใหม่เป็นประจำ ผ่าน mybidar.com

รวมลูกค้าเก่า คิดเป็น 49.92% จากเป้าหมายที่ได้รับ

รวมลูกค้าใหม่ คิดเป็น 5.05% จากเป้าหมายที่ได้รับ

รวมทั้งหมดของผลงานพัฒนาคุณลักษณะการขายและวิธีการนำเสนอข้อมูลสินค้า คิดเป็น 54.97%

จากเป้าหมาย

ผลสรุป ยอดขาย ไม่เป็นไปตามข้อกำหนด

จะต้องพัฒนาคุณลักษณะการขายและวิธีการนำเสนอข้อมูลสินค้าและบริการต่อทีมงานและฝ่ายบริหารอย่างต่อเนื่องทุก
เดือน 100%

2.ขอให้ จัดทำข้อสรุปที่เน้นประเด็นการพัฒนา ศักยภาพของฝ่ายขาย. ที่มีอยู่ ณ ปัจจุบัน ให้เป็นรูปธรรม ตาม นโยบาย
แต่ละส่วนที่กำหนดไว้ ในส่วน ของ SD QMR 01

สามารถพัฒนาคุณลักษณะการขายและวิธีการนำเสนอข้อมูลสินค้า

- 1.ลดจำนวนลูกค้าไม่ต่อสัญญา ซึ่งปีปัจจุบัน มีจำนวน 19 ราย
- 2.ตรวจสอบเครดิตลูกค้าก่อนการขาย
- 3.นำเสนอขายธุรกิจอื่นๆ ที่ลูกค้าดำเนินธุรกิจอยู่ ณ ปัจจุบัน
- 4.นำเสนอตลาดออนไลน์ ด้วยกลยุทธ์การมีส่วนร่วมในการบริหารงานผลิตจากทีมงานร่วมกับองค์กรลูกค้า
- 5.นำเสนอจุดเด่นที่เหนือกว่าคู่แข่ง ยับยั้งการใช้บริการกับผู้ให้บริการอื่นๆ หรือสนับสนุนให้ใช้บริการผู้ให้บริการที่เหมาะสม
- 6.นำเสนองบประมาณที่เหมาะสมกับลูกค้าในกรณี ลูกค้ามองไม่เห็นความจำเป็นในการใช้สื่อโฆษณา
- 7.นำเสนองานด้วยความเป็นมืออาชีพที่ชัดเจน ด้วยความชำนาญ ทั้งสื่อออนไลน์ สื่อโซเชียล และสื่อสิ่งพิมพ์
- 8.นำเสนอผลิตภัณฑ์อื่น ที่บริษัทฯ มีให้บริการ กับลูกค้าเก่าทุกรายเพื่อให้เกิดการเพิ่มขึ้นของยอดขาย (Increased)

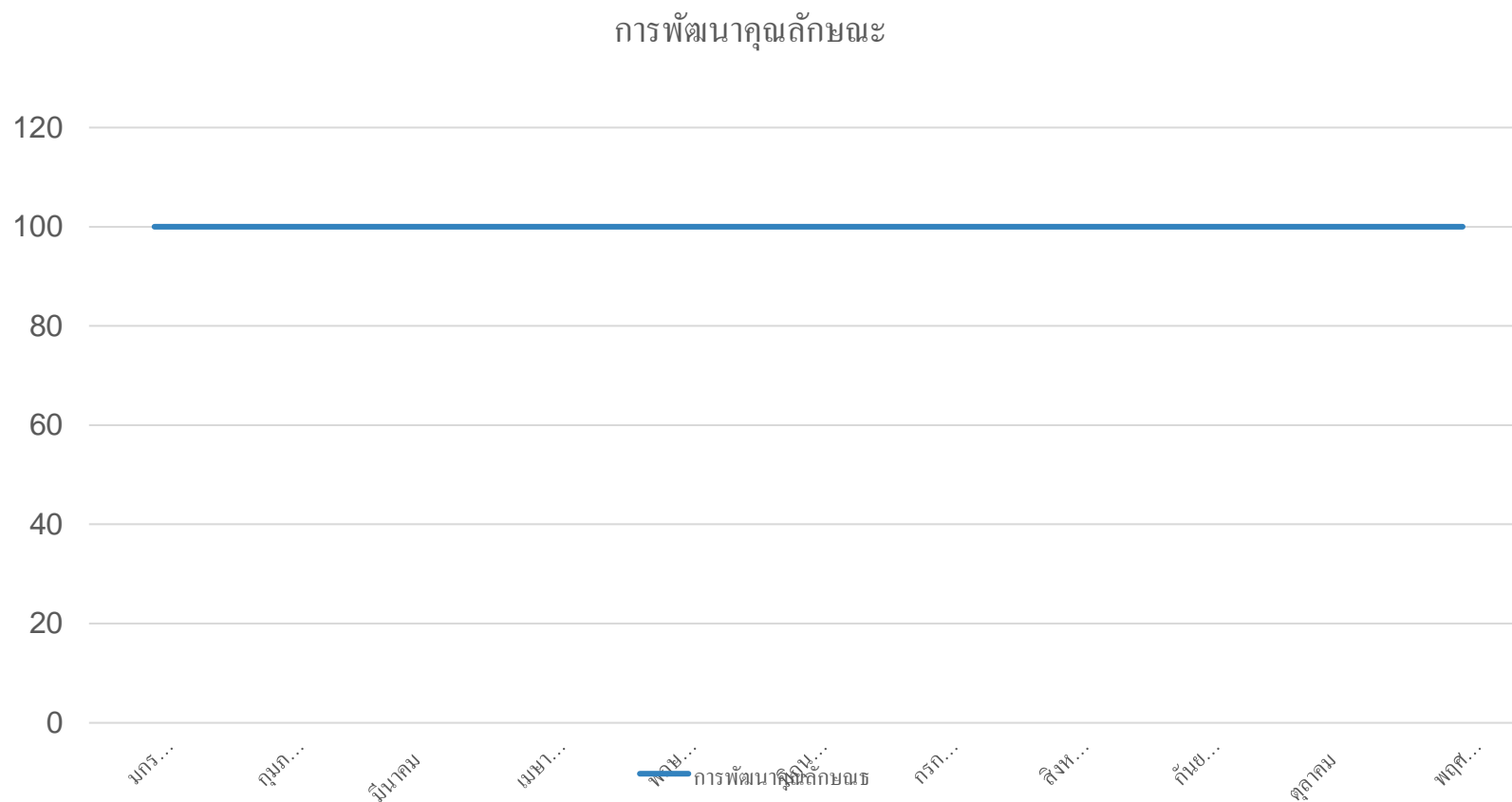
จะต้องพัฒนาคุณลักษณะการขายและวิธีการนำเสนอข้อมูลสินค้าและบริการต่อทีมงานและฝ่ายบริหารอย่างต่อเนื่องทุก
เดือน 100%

3.ขอให้ จัดทำข้อสรุป การสร้างพัฒนา ทีมขาย ในปี 2566 จากมุมมองและการมีส่วนร่วมของผู้จัดการฝ่ายขาย ที่มีอยู่
ณ ปัจจุบัน อย่างมีนัยสำคัญของการเพิ่มขึ้นของยอดขาย ที่เป็นไปได้ ของปี 2566

สามารถพัฒนาคุณลักษณะการขายและวิธีการนำเสนอข้อมูลสินค้าและบริการต่อเพื่อการสร้างทีมงาน

- 1.มีส่วนร่วมพัฒนาบุคลากรเจ้าหน้าที่ขายทางโทรศัพท์ เพื่อขายแพคเกจงานที่เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้าทั่วไปโดยการ
เน้นความถี่ในการปิดการขายทุกวันเป็นสำคัญ
- 2.มีส่วนร่วมในการนำเสนอการขายผ่าน คลิปวิดีโอ ในการแนะนำสินค้าและผลลัพธ์ความสำเร็จของลูกค้าที่เป็นกลุ่ม
ตัวอย่างผ่านสื่อออนไลน์และสื่อโซเชียลมีเดีย IDMS เดือนละ 2 ตัวอย่างจากลูกค้าที่ดูแล
- 3.นำเสนอผลิตภัณฑ์อื่น ที่บริษัทฯ มีให้บริการ กับลูกค้าเก่าทุกรายเพื่อให้เกิดยอดขายที่ Increased
- 4.แนะนำให้ เจ้าหน้าที่ฝ่ายขาย นำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการทุกชนิด ที่สามารถให้บริการได้แก่ลูกค้าใหม่ทุกราย
- 5.ขอให้ฝ่ายขาย ที่มีอยู่ ณ ปัจจุบัน วางข้อสรุปของ รายชื่อ ลค และยอดขาย นำเสนอเพื่อให้องค์กรรับรู้ถึงศักยภาพใน
การปฏิบัติหน้าที่ให้ได้ตามที่ บริษัทฯ คาดหวังยอดขายภายในสิ้นปี 2565 ที่ 50% จากเป้าหมายทั้งหมดที่ตั้งไว้

1. พัฒนาคูณลักษณะการขายและวิธีการนำเสนอข้อมูลสินค้าและบริการต่อทีมงานหรือฝ่ายบริหารอย่างต่อเนื่อง



นโยบายที่ 3

ภายใต้มาตรฐานการบริหารจัดการบุคลากร
ให้รอบรู้เท่าทันการใช้เทคโนโลยีและเสริมสร้างองค์ประกอบ
เพื่อเพิ่มศักยภาพบุคลากรและประสิทธิผลขององค์กรได้ดี

1. เป้าหมายยอดขาย มากกว่าหรือเท่ากับ 45 ล้านบาทต่อปี 100%

ผลการดำเนินงานที่ผ่านมาในปี 2565

เดือน	%ยอดขาย
มกราคม	92.93
กุมภาพันธ์	66.32
มีนาคม	39.22
เมษายน	18.46
พฤษภาคม	32.91
มิถุนายน	18.55
กรกฎาคม	14.37
สิงหาคม	33.91
กันยายน	25.05
ตุลาคม	48.08
พฤศจิกายน	17.07
ธันวาคม	14.00



1. เป้าหมายยอดขาย มากกว่าหรือเท่ากับ 45 ล้านบาทต่อปี 100% (ต่อ)

- การประเมิน คือไม่ผ่านเกณฑ์ มาตรฐานที่ตั้งไว้
- สาเหตุ
- ขาดบุคลากร ตามโครงสร้างฝ่ายขาย ที่สอดคล้อง กับเป้าหมายที่บริษัทวางนโยบายไว้
- ไม่สามารถรักษาสถาน และเพิ่มยอดขายเพิ่มยอดขายจากลูกค้าเก่า ตามเกณฑ์ที่บริษัทวางนโยบายไว้
- ไม่สามารถเพิ่มยอดขายเพิ่มยอดขายจากลูกค้าใหม่ ตามเกณฑ์ที่บริษัทวางนโยบายไว้

1. เป้าหมายยอดขาย มากกว่าหรือเท่ากับ 45 ล้านบาทต่อปี 100% (ต่อ)

- แนวทางการแก้ไข ปี 2566
 - เพิ่มบุคลากร โครงสร้างฝ่ายขาย ให้สอดคล้อง กับเป้าหมายที่บริษัทวางนโยบายไว้
 - เพิ่มฝ่ายขายส่วน telephone sales เพื่อขายงานทางโทรศัพท์ และโซเชียลมีเดีย
 - จัดสรร assign ลูกค้าเก่า ให้เจ้าหน้าที่ฝ่ายขายเก่า และใหม่ เพื่อเพิ่มโอกาสในการ ขาย ลูกค้าใหม่มากขึ้น
 - เพิ่มยอดขายจากลูกค้าใหม่ ตามโครงสร้างบุคลากรที่ความรับผิดชอบ และช่องทาง เป้าหมายตามเกณฑ์ที่บริษัทวางนโยบายไว้
 - เครื่องมือการขาย ในการนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการ ผ่าน **IDMS** โดยอัปเดต ตัวอย่าง ให้เป็นปัจจุบัน และทันต่อระยะเวลาขาย

2. จะต้องทำยอดขายสัดส่วนลูกค้าเก่าเพิ่มขึ้นจากยอดเดิม 15 % ต่อปีหรือ ตามเป้าหมายที่ตกลงไว้กับองค์กร 100%

ผลการดำเนินงานที่ผ่านมาในปี 2565



2. จะต้องทำยอดขายสัดส่วนลูกค้าเก่าเพิ่มขึ้นจากยอดเดิม 15 % ต่อปีหรือตามเป้าหมายที่ตกลงไว้กับองค์กร 100%

- การประเมิน
- ไม่ผ่านเกณฑ์ มาตรฐานที่ตั้งไว้
- สาเหตุ
- ไม่สามารถรักษฐานลูกค้าเก่า และมีลูกค้าไม่ต่อสัญญา 28 ราย
 1. เครดิตเสีย ห้ามขาย
 2. แปรรูปธุรกิจเป็นอย่างอื่น
 3. หยุดทำการตลาดออนไลน์ หรือไม่มีคนดูแล
 4. เปลี่ยนไปใช้บริการที่อื่นที่ใช้งบประมาณลดลง
 5. ไม่พร้อมใช้งบต่อเพราะไม่เห็นผลทางการทำการตลาดเนื่องจากทำตลาดเพียงช่องทางเดียว
 6. เปลี่ยนรูปแบบการทำการตลาด ยิ่งแอดโฆษณากับเว็บส่วนตัว
- ลูกค้าเก่า บางส่วน ไม่มีนโยบายเพิ่มงบการตลาดเพราะสภาพเศรษฐกิจและฝ่ายขายไม่สามารถเพิ่มยอดขายจากลูกค้ากลุ่มนี้

2. จะต้องทำยอดขายสัดส่วนลูกค้าเก่าเพิ่มขึ้นจากยอดเดิม 15 % ต่อปีหรือตามเป้าหมายที่ตกลงไว้กับองค์กร 100%

- แนวทางการแก้ไข ปี2566
- ต้องมีการวางแผนการขายเป็นราย ๆ สำหรับการต่อสัญญาปี 2566 เพื่อนำเสนองานบริการเพิ่มเติมให้สอดคล้องกับธุรกิจและการแข่งขันของลูกค้า เพื่อสร้างโอกาสด้านยอดขายเพิ่มเติมมากขึ้น
- ฝ่ายขายต้องแนะนำพร้อมนำเสนอตัวอย่าง บริการการอื่น ๆ ที่บริษัทมี ให้กับลูกค้าเก่าทุกราย
- จัดทำโปรโมชั่น สำหรับลูกค้าเก่าที่ต่อสัญญาและมียอดซื้อเพิ่มขึ้น เพื่อเป็นแรงจูงใจในการเพิ่มงบ
- ฝ่ายขายต้องลดความแตกต่างการใช้งบของลูกค้าเก่าให้ Rank การใช้งบที่แตกต่างกัน ไม่กระจาย เพื่อง่ายต่อการบริการ และการบริหารจัดการ

3. จะต้องทำยอดขายสัดส่วนลูกค้าใหม่ เพิ่มขึ้นจากยอดปีที่ผ่านมา 50% ต่อปีหรือตามเป้าหมายที่ตกลงไว้กับองค์กร 100%

ผลการดำเนินงานที่ผ่านมาในปี 2565

เดือน	%ยอดขาย
มกราคม	75.43
กุมภาพันธ์	37.57
มีนาคม	49.12
เมษายน	5.70
พฤษภาคม	78.06
มิถุนายน	60.08
กรกฎาคม	27.63
สิงหาคม	19.38
กันยายน	0.00
ตุลาคม	46.55
พฤศจิกายน	0.00
ธันวาคม	0.00



3. จะต้องทำยอดขายสัดส่วนลูกค้าใหม่ เพิ่มขึ้นจากยอดปีที่ผ่านมา 50% ต่อปี หรือตามเป้าหมายที่ตกลงไว้กับองค์กร 100%

- การประเมิน คือ ไม่ผ่านเกณฑ์ มาตรฐานที่ตั้งไว้
- สาเหตุ
- ขาดบุคลากรตามโครงสร้างฝ่ายขาย ที่สอดคล้อง กับเป้าหมาย
ตามที่บริษัทวางนโยบายไว้
- เจ้าหน้าที่ฝ่ายขายปัจจุบัน ไม่สามารถสร้างยอดขายลูกค้าใหม่
ตามที่บริษัทวางนโยบายไว้

3. จะต้องทำยอดขายสัดส่วนลูกค้าใหม่ เพิ่มขึ้นจากยอดปีที่ผ่านมา 50% ต่อปี หรือตามเป้าหมายที่ตกลงไว้กับองค์กร 100%

- **แนวทางการแก้ไข**
- ขาดบุคลากรตามโครงสร้างฝ่ายขาย ที่สอดคล้อง กับเป้าหมายตามที่บริษัทวางนโยบายไว้
- เจ้าหน้าที่ฝ่ายขายปัจจุบันไม่สามารถสร้างยอดขายลูกค้าใหม่ตามที่บริษัทวางนโยบายไว้

4. ระดับความพึงพอใจของลูกค้าไม่ต่ำกว่า 4.5 ต่อปี

ผลเกณฑ์คะแนนอยู่ที่ 4.03 จากคะแนน เต็ม 5

จากการประมวลผลการทำแบบประเมิน CSI จากลูกค้ามี ได้แบบสอบถามตอบกลับทั้งสิ้น 134 ชุด จาก 140 ชุด

การประเมิน คือไม่ผ่านเกณฑ์ มาตรฐานที่ตั้งไว้

4. ระดับความพึงพอใจของลูกค้าไม่ต่ำกว่า 4.5 ต่อปี

- สาเหตุ
- ในปีนี้มีการส่งแบบสอบถามให้กับลูกค้ามากขึ้นกว่าเดิม
- ลูกค้ามี Rank การยอดขายที่ส่งผลกับเนื้อหาการให้บริการ รวมถึงการติดต่อสื่อสาร ระหว่างฝ่ายขายและลูกค้าที่มีความถี่ที่ต่างกันไป
- ลูกค้าบางรายไม่ค่อยให้ความร่วมมือในการติดต่อสื่อสาร และไม่มีการอัปเดตข้อมูลใหม่ ๆ ทั้งฝ่ายขายและกลุ่ม Line เพื่อประโยชน์ต่อธุรกิจตนเอง
- ลูกค้าบางรายอยากได้ ผลงานที่มากขึ้นแต่ไม่ยอมเพิ่มงบตามค่างาน
- ลูกค้าบางรายลดงบประมาณ แต่งานที่ไม่ยอมลดให้สอดคล้องตามงบประมาณที่ตั้งไว้

4. ระดับความพึงพอใจของลูกค้าไม่ต่ำกว่า 4.5 ต่อปี

- แนวทางการแก้ไข
- เพิ่มการติดต่อลูกค้าให้มีความถี่มากขึ้น และปรับปรุงแบบการบริการโดยการเข้าพบลูกค้ามากขึ้นกว่าเดิม
- ใช้เครื่องมือการขาย ในการนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการ ผ่าน **IDMS** สำหรับลูกค้าที่ไม่สะดวกให้เข้าพบ ใช้รูปแบบประชุมออนไลน์ แทนการโทรอย่างเดียว สำหรับลูกค้าที่ไม่สะดวกให้เข้าพบ
- ลูกค้ามี Rank การยอดขายที่ส่งผลกับเนื้อหาการให้บริการ รวมถึงการติดต่อสื่อสาร ระหว่างฝ่ายขายและลูกค้าที่มีความถี่ที่ต่างกันไป
- กระตุ้นลูกค้าในการติดต่อสื่อสาร และการอัปเดตข้อมูลใหม่ ๆ กลุ่ม Line เพื่อประโยชน์ต่อธุรกิจตนเอง
- ทำให้ลูกค้ายอมรับเนื้องาน ตามความเหมาะสมกับงบประมาณ

แผนการสร้างพัฒนา ทีมขาย ในปี 2566

1.การพัฒนา ศักยภาพของฝ่ายขาย. ปัจจุบัน

- พัฒนาคุณลักษณะการขายและวิธีการนำเสนอข้อมูลสินค้าและบริการโดยทำงานกับทีมงานหรือฝ่ายบริหารมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง
 - วางแผนเพื่อการ INC ในแต่ละราย กำหนดกลยุทธ์ ดีไซน์รูปแบบการขายในงบประมาณที่เหมาะสม ร่วมกับทีมงาน เพื่อการนำเสนอลูกค้าแต่ละรายก่อนการต่อสัญญา
 - ฝ่ายขายต้องแนะนำพร้อมนำเสนอตัวอย่าง บริการการอื่น ๆ ทุกรายการขาย ที่บริษัทมี ให้กับลูกค้า เพื่อดึงบจากลูกค้าให้มากที่สุดและไม่ไปใช้กับคู่แข่ง
 - ต้องเป็นหูเป็นตาจับความเคลื่อนไหวของคู่แข่งทางธุรกิจขององค์กร รวมถึงสภาพการแข่งขันทางการตลาดให้มากขึ้น พร้อมแจ้งทีมงานอย่างต่อเนื่อง
- จะต้องทำยอดขายสัดส่วนลูกค้าเก่าเพิ่มขึ้นจากยอดเดิม 15 % จะต้องทำยอดขายสัดส่วนลูกค้าใหม่เพิ่มขึ้นจากยอดปีที่ผ่านมา
 - จัดสรร assign ลูกค้าเก่าให้ถือครองน้อยลง และตั้งเป้าหมายลูกค้าใหม่ให้มากขึ้น / ลูกค้าเก่า ที่เหลือจัดสรร assign ให้ทีมงานใหม่ ตามนโยบายบริษัท

1.การพัฒนา ศักยภาพของฝ่ายขาย. ปัจจุบัน (ต่อ)

- พัฒนาองค์ความรู้ ที่เกี่ยวข้องกับสินค้าและบริการของบริษัทให้มากขึ้นเพื่อสื่อสารให้ตรงกับข้อกำหนดและเงื่อนไขของบริษัท แก่ลูกค้าให้ชัดเจน เพื่อประโยชน์ของลูกค้าและการดูแลหลังการขายของทีมงานหลังบ้าน
- พัฒนาตนให้บริการมีบุคลิกภาพที่ดี และใส่ใจในการให้บริการ ให้บริการมีการสื่อสารที่สุภาพ อ่อนน้อมอย่างสม่ำเสมอ กับลูกค้าทุกรายเพิ่มมากขึ้น
- พร้อมให้บริการให้คำแนะนำสามารถตอบข้อซักถามได้อย่างชัดเจน มีความรู้ความสามารถระดับมืออาชีพ ในการให้บริการให้แก่ลูกค้าและทีมงานหลังบ้าน
- ต้องวางแผนงานให้ชัดเจน และปรับแผนงาน เพื่อความสำเร็จของตนให้ได้
- ต้องทำตามเป้าหมายตามนโยบายบริษัท ที่วางไว้ให้ได้ 100 % โดยไม่มีเงื่อนไข

2.การสร้างพัฒนา ทีมขาย ในปี 2566

แผนโครงสร้างทีมขาย และช่องทางการขาย ในปี 2566

- สรรหาบุคลากร ตามโครงสร้างฝ่ายขาย ที่สอดคล้อง กับเป้าหมายที่บริษัทวางนโยบายไว้ (ตามตัวเลขภาพรวมที่ยังขาด)
 - sales + telephone sales
- สร้างช่องทางการขายผ่านเครื่องมือที่บริษัทมี เพื่อรักษาสถานและขยายฐานลูกค้า เพิ่มยอดขายเพิ่ม ให้บริษัท
 - เว็บไซต์ กิจกรรมงานแสดงสินค้า

2.การสร้างพัฒนา ทีมขาย ในปี 2566

แผนพัฒนาและสร้างทีม ในปี 2566

- วางแผนการอบรมพนักงานใหม่ เรียนรู้เกี่ยวสินค้าและแพ็คเกจที่ตนเองรับผิดชอบ
- สอนวางแผนการทำงานที่สอดคล้องกับเป้าหมายที่บริษัทวางนโยบายไว้
- ดูแล ควบคุม ปรับ พัฒนา ส่งเสริม พนักงานฝ่ายขาย ให้รักษามาตรฐาน และเพิ่มยอดขายเพิ่มยอดขายจากลูกค้าเก่า /ใหม่ ตามเกณฑ์ที่บริษัทวางนโยบายไว้
- จัดการประชุม เพื่อแชร์ ความสำเร็จและร่วมกันแชร์ปัญหาเพื่อหาแนวทางในการพัฒนาการขายเพื่อเพิ่มยอดขายร่วมกัน

ข้อเสนอแนะและแนวทางแก้ไข

1. นำเสนอลูกค้าใหม่ / ลูกค้าที่คาดหวังคือลูกค้าที่มีงบประมาณการทำการตลาด ต้องการสร้างตัวตน ภาพลักษณ์องค์กร ที่ไม่มีเครื่องมือทางการตลาดหรือไม่มีผู้เชี่ยวชาญดูแลแนะนำ และต้องการเจาะตลาด กลุ่มเป้าหมายอย่างรวดเร็ว
2. นำเสนอลูกค้าเก่าที่มีความสามารถด้านการส่งออกสินค้าสู่ตลาด CLMV ด้วยเว็บไซต์ท้องถิ่นและกิจกรรม การตลาดในแต่ละประเทศที่บริษัทฯ กำหนด
3. นำเสนอแพคเกจการขายลูกค้าใหม่ ในรูปแบบโซลูชั่น 189xxX / 300xxx ต่อราย ด้วยการบริการครบ วงจ
4. แสดงความเป็นผู้นำด้านแนวคิดและการลงมือปฏิบัติ เพื่อสร้างทีมขายร่วมกับองค์กรเพื่อผลักดันยอดขาย รวมให้ได้ 45 ล้านต่อปี



BRANDEX
DIRECTORY