บริษัท แบรนด์เด็กซ์ ไดเร็กทอรี่ จำกัด

แบบฟอร์นการวิเคราะห์และบริหารความเสี่ยงและโอกาส

Output ของกระบวนการนี้ใบเสนอราคา, ใบสั่งชื่อจากลูกค้าหรือใบสั่งขายพร้อมลงนามอนม์ติจ้างให้ผลิตงานตามข้อตกลง....... Input ของกระบวนการนี้เป้าหนายยอดขายที่ได้รับนอบหมายต่อเดือน, ทีมขาย, การตลาด, ความต้องการลูกค้า, กฎระเบียบร้อบังคับ....... ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวร้องกับการประเมินความเลี้ยงในเรื่องนี้ลูกค้า,บริษัท, หน่วยงานราชการ....

กระบวนการขาย.

ผู้จัดทำ ...จารุสิริ ผิวเกลี้ยง...... วันที่ 3/8/61

		,	-												01200
°		บระเด็นการใน/	THE PERSON NAMED IN	การพิจารณา	ารณา) <u>3</u> .	ก่อนเริ่มดำเนินการ	การ		หลับริหารความเสี่ยง	เหตุผลที่กำ	-	การดำเนิ	การดำเนินการในขั้นตอนต่อไป	เต่อไป
M. MININ	ความเสียง (A)	ภายนอก	5	ประเภทความเสี่ยง	วามเสียง	นาในนี้	บรหารความเสยง (B)	(B)	แนวทางหรือแผนการบริหารความเสียง (C)	เป้าหมายแล้วเสร็จ (D)		ความเลียง เหลียง	PL MACTIFIT	I BIS	
		ภายใน ร	กายนอก	ZD	0	โอกาส	ความรุนแรง คะแนนที่ได้	ดะแนนที่ได้		ทิติตามผลก่อน QMRC)	18	หลืออยู่ (F)	Z	เพื่อกำหนด	-1 -1 -1
	พนักงานอาจจะไม่เข้าพบลูกค้า								กำหนดการถเร็พอร์ทเข้าพบอกด้าล่างหน้า พร้องกำแรงได้อาด้า	ความรูนแท คะแนนที่ได้	Ē		เลียงต่อ	N KPI	
	ตามเงื่อนใชที่กำหนด -	×		×		w	4	12	สถานที่ที่เข้าพบ คราอสอบรีพอร์ทการเข้าพบลูกค้าพร้อมให้รายผลการ						
	พนักงานขายอาลละขาดดาวหรั	-							เข้าหนอย่างต่อเนื่องและใช้ซึ่งทางสื่อสารออนใลน์มากขึ้น						
2	ทับเสียท้าและบริการเชิงลึก	< 							ส่งเสริมให้ฝ่ายขายศึกษาค้นคว้าผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ตและถ่ายทอด						
ē		>		×		S	2	10	ความผู้เกี่ยวกับลักษณะงานให้ทราบทุกครั้งที่ประชุมร่วมกับฝ่ายผลิต						
ω	พนักงานชายอาจจะทำยอดขายใม่								หัวหน้างานตรวจสอบขั้นตอนการทำงานอย่างใกล้จัด พร้อมขั้งใจร						
	บรรถุยาพมาย	×		×		w	4	12	ความรู้เรื่องการปิดการขายและปัญหาที่เกิดขึ้นจากการขายแก่ฝ่ายขาย						
	กู่แข่งอาจจะนำเสนองานและ	-	+	1	1				OCHABINE THE TERM OF THE OCHABINE						
4	กำหนดราดางาน ในราคาที่ต่ำกว่า		×	×		J	,		ผายขายควรอธบายถงผลประเยชน์ที่ลูกค้าจะใต้รับเมื่อปรียบเทียบกับ						
				>		C.	G.	9	งบประมาณที่จะเสียและชีแจงเรื่องมาตรฐานการบริการและคุณภาพ งานที่เหนือคู่แห่ง		-				
O	ลูกค้ายังมันใจบริษัทเรามากกว่า ค่นๆ่ง		×		×	เป็นโย	เป็นโอกาสที่ลีกับเริ่มัท		มอบหมายให้ฝ่ายขายเข้าพบลูกล้าเพื่อสอบถามความพึจพอใจอย่าง		+				
	17 18 VA		+	-					POLLO						
0	ประเทศเพิ่มขึ้นอย่างค่อเนื่อง		×		×	เป็นโอร	เป็นโอกาสที่ดีกับบริษัท		มอบหมายให้ฝ่ายขายนำเสนองานจากการพัฒนางานของฝ่ายผลิตให้						
7	สภาพเศรษฐกิจที่อาจจะผันผวน		1	\dashv	-			2	มีที่มาก หรือเกตาการ เก็บระการ เก็บระการ เก็บระการ เก็บระการ เก็บระการ เก็บระการ เก็บระการ เก็บระการ เก็บระการ						
	ส่งผลต่อการตัดสินใจชื่อสินค้า					***************************************		ų ž	มายาม เกาะการแบบ แบบ แบบมีผู้เกา ที่คิดมีมีขาวสารเกี่ยวกับลูกค้าอย่าง						
	นละบริการ		×	×		w	3	9	สมแสมอแนะนาสนคาและบรการที่มีประโยชน์ทางตรงต่อลูกค้าเพื่อ งบประมาณที่เหมาะสมและเรื่อนไทการคำระเจินที่สื่อภาเพื่องเร่น						
	0														
	ลูกค้าอาจจะปรับลดงบประมาณ			-	-	1		an a	นอบหมายให้ฝ่ายขายเข้าเขียมลูกค้า นำเสนคโซสซ้าการตลาลอลงเก็จรั		-				
00		×		×		ω	w	9 14	ใหม่ ๆ ให้ลูกค้าอย่างสมาเสมอ พร้อมกับแพลเกจที่น่าคึงอูดใจ และดึง						
			-	_	_			คา	ความค้องการของถูกค้า						
a de	*											-	-		
000000000000000000000000000000000000000															

:โฮหาตะหน

โอกาสที่จะเกิดขึ้นน้อยมาก: = 1

โอกาสเกิดขึ้นน้อย = 2

โอกาสเกิดขึ้นปานกลาง = 3

มีโอกาสเกิดขึ้นมาก = 4

โอกาสเกิดขึ้นมากที่สุด = 5

ความรุนแรงหรือความเดียหายที่เกิดขึ้น: มีผลกระทบมากที่สุด = 5 ความรุนแถงหรือความเสียหายที่เกิดขึ้น: มีผลกระทบมาก = 4 ความรุนแรงหรือความเสียหายที่เกิดขึ้น: มีผลกระทบปานกลาง = 3 ความรุนแรงหรือความเสียหายที่เกิดขึ้น: มีผลกระทบน้อย = 2 ความรุนแจงหรือความเสียหายที่เกิดขึ้น: มีผลกระทบน้อยมาก = 1

FM-QMR-08/01 rev 00 วันที่ 1-11-2021

บริษัท แบรนด์เด็กซ์ ไดเร็กทอรี่ จำกัด

แบบพอร์มการวิเคราะห์และบริหารความเสี่ยงและโอกาส

กระบวนการการขายและการตลาด...

Input ของกระบวนการนี้สภาพปัจจัยทางการตลาด ณ ปัจจุบัน, เป้าหนายของฝ่ายบริหาร, งบประนาณ , ทีมการตลาด......

Output ของกระบวนการนี้การเพิ่มขึ้นของยอดขายและองค์กรเป็นที่รู้จักมากขึ้น, โครงการด้านการตลาดต่างๆ

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวร้องกับการประเมินความเสียงในเรื่องนี้ลูกค้า,บริษัท....

ผู้จัดทำ...จารุสิริ ผิวเกลี้ยง..... วันที่ 3/8/65

Graphia 35811 July 3/8/15

	1										
	4 3			N				ลำดับที่			
อาจจะสดน้อยลง -	เทคไนโลปีที่พัฒนาอย่างรวดเร็ว ในปัจจุบัน ระดับความพี่งพอใจของลูกค้า อาจจะลดน้อยลง		กร้างขวางในภาคธุรกิจเป้าหมายใต้	อากฤษ ไม่สาวกรอเลืองเลี้ย	บริษัทเบีดดำเนินกิจการค้านผลิต สื่อโฆษณามาเป็นระยะวลานาน			ความเสียง (A)			
×		>	×		×			มายใน	ALIENALI PARILI		การพิดารร
×	×							กายนอก	บนหลา	2 2 2	200
×	×		¢					TD	การพจารณาประเภัน การพิจารณาประเภท ภายใน/ภายนอก ความเสี่ยง		
	×		***************************************		×				LINEU LINEU		
-	เป็นโ	4	4		III .		KILIDA		2 C	Ľ.	
5	เป็นโอกาสที่ดีกับบริษัท	ω			เป็นโอกาสที่ดีกับบริษัท		NEWPLE IN		בייייייייייייייייייייייייייייייייייייי	บริหารความเสี่ยง (B)	ระบทกาเพลเทอบ
V ₁		12			กรรม		คะแนนทโด		Ţ	(B)	าาร
เข้าพบลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ, พัฒนางานให้ตรงตามความต้องการ ของลูกค้าด้วยงบประมาณที่เหมาะสม	ส่งเสริมการเรียนสู้เรื่องเทคโนโลซีการคลาดออนไลน์เพื่อให้เท่ากันการ นำไปใช้บริหารจัดการงานที่ใช้รับมอบหมายจากลูกค้า	ช้าและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย	ประชาสัมพันธ์ผ่านกิจกรรมการผลาดและสื่อ โรษณาออน ไลน์ให้มาก	ประชาสัมพันธ์องค์กรผ่านสื่ออย่างค่อเนื่อง	ปัจจุบันและเครื่องมือที่ใช้ส่งเสริมการคลาดอย่างสม่ำเสมอ เพิ่มข้องทาง	ส่งเสริมการพัฒนาศักยภาพบคลากรให้เรียนรู้และเท่าทั้งเสื้อใจเล		8	แนวทางหรือแผนการบริหารความเสียง (C)		
							รูปผู้เหมาะ เลากระบาร	(ติดตามผลก่อน QMRC)	เป้าหมายแล้วเสร็จ (D)	หลังบริหารความเสียง	
		11				111	Ē	เป้าหมาย	ให้ไม่บรรลุ	เหตุผลที่ทำ	-
							เหลออยู่ (F)	MEUPIN	NEW THE LEW		
						เลี้ยงต่อ เป็น KPI	เหลออยู่ (F) บริหารความ เพื่อกำหนด	uugnna QMRC	LICH ST PRINCIPLE NEWSTRILLING	การดำเนินการในขั้นตอนต่อไป	
				-				2)L.		ในตอนต่อไป	

.ไชนาธเหน่

โอกาสที่จะเกิดขึ้นน้อยมาก: = 1

โอกาสเกิดขึ้นน้อย = 2

โอกาสเกิดขึ้นปานกลาง = 3

มีโอกาสเกิดขึ้นมาก = 4

โอกาสเกิดขึ้นมากที่สุด = 5

FM-QMR-08/01 rev 00 วันที่ 1-11-2021

ความรุนแรงหรือความเสียหายที่เกิดขึ้น: มีผลกระทบน้อย = 2

ความรุนแจงหรือความเสียหายที่เกิดขึ้น: มีผลกระทบน้อยมาก = 1

ความกุนแรงหรือความเสียหายที่เกิดขึ้น: มีผลกระทบปานกลาง 😑 3

ความรุนแจงหรือความเสียหายที่เกิดขึ้น: มีผลกระทบมาก = 4

ความรุนแรงหรือความเสียหายที่เกิดขึ้น: มีผลกระทบมากที่สุด = 5