



บริษัท สยามราช จำกัด (มหาชน)
SIAMRAJ PUBLIC COMPANY LIMITED

บริษัท สยามราช จำกัด (มหาชน)

รหัสเอกสาร : SD-SRC-07

แก้ไขครั้งที่ : 00

เอกสารมาตรฐาน(STANDARD DOCUMENT)

วันที่อนุมัติใช้ : 15 / 05 / 58

นโยบายการตลาด

เอกสารหน้าที่ : 1 / 3

SRPLC


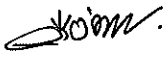
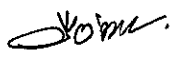


เอกสารมาตรฐาน

(STANDARD DOCUMENT)

นโยบายการตลาด

รหัสเอกสาร :	SD-SRC-07
อนุมัติใช้วันที่ :	15 / 05 / 58
แก้ไขครั้งที่ :	00
จำนวนหน้า :	3 หน้า

ผู้จัดทำ	ผู้ตรวจสอบ	ผู้อนุมัติ
 (นางสาวหทัยทิพย์ คุรุทธธร) ผู้ควบคุมเอกสาร 15 / 05 / 58	 (นางวัชรี อัดถากร) เลขานุการบริษัทฯ 15 / 05 / 58	 (นางวัชรี อัดถากร) QMR 15 / 05 / 58

บริษัท สยามราช จำกัด (มหาชน)

นโยบายการตลาด

ดำเนินการด้วยความซื่อสัตย์สุจริต หากพบผิดใช้งานเอง

อนุมัติโดย ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 6/2557

เมื่อวันที่ 03/12/2557



นโยบายการตลาด

บริษัท สยามราช จำกัด (มหาชน)

ด้านราคา

ศึกษาคู่แข่ง ทั้งจุดอ่อน จุดแข็ง โครงสร้างราคา เพื่อสามารถกำหนดราคาขาย และ กำไรขั้นต้นได้อย่างเหมาะสม

ด้านการส่งเสริมการขาย

ร่วมกับบริษัทผู้ผลิต จัดสัมมนาและการฝึกอบรม ให้แก่ลูกค้า เพื่อเพิ่มพูนความรู้ความสามารถ และคุ้นเคยกับผลิตภัณฑ์ ซึ่งนำไปสู่การใช้ผลิตภัณฑ์เพิ่มขึ้น

ร่วมงานนิทรรศการงานแสดงสินค้า ซึ่งเป็นที่สนใจของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เพื่อการนำเสนอผลิตภัณฑ์ และแอปพลิเคชันใหม่ๆ ให้ทั้งแก่ลูกค้าเก่า และลูกค้าใหม่

ลงบทความทางเทคนิค/โฆษณา ในนิตยสารและสื่อสิ่งพิมพ์ที่เหมาะสม ที่ได้รับความนิยมนับถือคล้อยกับผลิตภัณฑ์ เพื่อลูกค้า โรงงานอุตสาหกรรม สามารถเห็นและคุ้นเคย กับผลิตภัณฑ์ และบริษัทฯ

จัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย ให้ส่วนลดเป็นระยะๆ เพื่อกระตุ้นตลาด ลูกค้าเพิ่มยอดขาย

จัดของสมนาคุณที่เหมาะสมแก่ลูกค้า เพื่อดึงดูดลูกค้ามาใช้บริการ (สถาบันบริการ)

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

กำหนดประเภทอุตสาหกรรมเป้าหมายและลูกค้า เพื่อสามารถนำมาประยุกต์ใช้กลยุทธ์ทางการขายได้อย่างถูกต้อง ชัดเจน แม่นยำ และมีประสิทธิผล

ร่วมกับบริษัทผู้ผลิต ซึ่งมีประสบการณ์ระดับโลก หาช่องทางและ แอปพลิเคชันใหม่ๆ ซึ่งสามารถนำผลิตภัณฑ์ไปใช้ได้อย่างเหมาะสม

เลือกสรรคู่ค้า (Dealers) ซึ่งมีความสามารถ มั่นคงเพื่อกระจายสินค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ

วางแผนและเยี่ยมชมลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย โรงงานอุตสาหกรรมอย่างเป็นระบบ และต่อเนื่อง เพื่อรับทราบความต้องการ และ/หรือ สร้างความต้องการ ในการใช้ผลิตภัณฑ์ เพื่อการแก้ปัญหา เพิ่มผลผลิต หรือลดต้นทุนการผลิตของลูกค้า และนำเสนอข้อเสนอพิเศษที่เหมาะสม ซึ่งจะนำไปสู่การทำกำไรเพิ่มขึ้นของลูกค้า



ด้านผลิตภัณฑ์ และการบริการ

เพิ่มพูนความรู้ความสามารถของบุคลากรอย่างสม่ำเสมอ เพื่อเพิ่มความเชื่อมั่นในข้อเสนอ การใช้ผลิตภัณฑ์ และเพิ่มยอดขาย

ทบทวน พิจารณาผลิตภัณฑ์ ทั้งที่มีอยู่ และผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ เพื่อให้ทันสมัย สอดคล้องกับความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี เป็นระยะๆ อย่างสม่ำเสมอ

จัดการอบรมด้านเทคนิคแก่คู่ค้า (Dealers) เพื่อให้คุ้นเคยและเข้าใจการทำงานของผลิตภัณฑ์ เพื่อสามารถนำเสนอ แนะนำแก่ผู้ใช้งาน ได้ ถูกต้อง มีประสิทธิภาพ

จัดความเป็นระเบียบ สะอาด ถูกสุขลักษณะในสถานบริการ (ศูนย์บริการ)

นโยบายการขาย และการให้บริการ

กำหนดราคาขายให้เหมาะสมกับสถานการณ์ ปัจจัยตลาด รวมไปถึงงานที่มีอยู่ในมือ เพื่อให้การขายสำเร็จ ได้รับกำไรอย่างเหมาะสม

ดำเนินธุรกิจเฉพาะลูกค้าที่มีคุณภาพ มีเหตุผล มีสภาพคล่องดี ไม่มีประวัติการชำระเงินล่าช้า หรือมีโอกาสเสียหาย

รับผิดชอบต่อการปฏิบัติตามพันธะสัญญาที่ให้กับลูกค้า และติดตามแก้ไขปัญหาอย่างเร่งด่วน จนถึงที่สุด

พิจารณาภาพรวมในการขาย ทั้งราคา ต้นทุน กำไร ความต่อเนื่องการใช้งานผลิตภัณฑ์ โอกาสการขายอะไหล่ การชำระเงิน เครดิตเทอม ฯลฯ ที่เป็นปัจจัยร่วม เพื่อความสำเร็จรวมของบริษัทฯ



