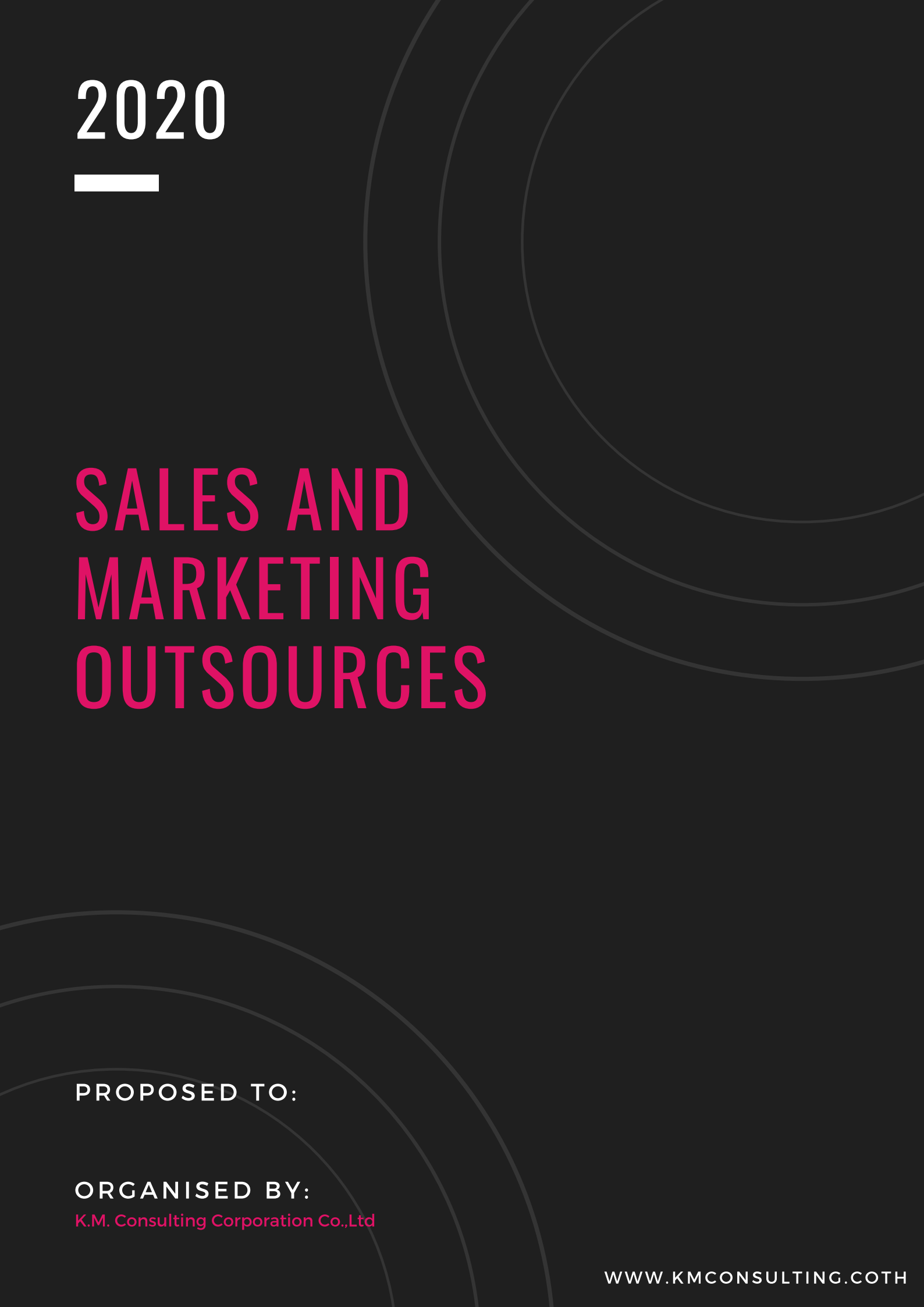


2020

The background is dark grey with several thin, light grey concentric circles. A solid white horizontal line is positioned below the year '2020'.

SALES AND MARKETING OUTSOURCES

PROPOSED TO:

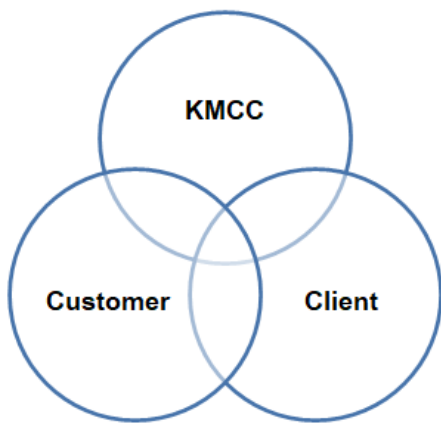
ORGANISED BY:

K.M. Consulting Corporation Co.,Ltd

WWW.KMCONSULTING.COTH

หลักการ (PRINCIPLE)

การทำธุรกิจ การขายและการตลาดถือเป็นปัจจัยสำคัญอย่างยิ่ง ที่สร้างความสำเร็จให้แก่ธุรกิจ แต่ในยุคการแข่งขันในปัจจุบัน การสร้างทีมโดยใช้การ **outsources** เป็นวิธีที่มีความคุ้มค่าอย่างยิ่ง ทั้งในมิติของต้นทุน การผลิตรายลดขาย และการสร้างความสำเร็จ โดย **KMCC** มองถึงหลักการ ชนะสามฝ่าย (Tripple Win) นั่นคือ ลูกค้า **KMCC** และลูกค้าของลูกค้า



ผลิตภัณฑ์และบริการ (PRODUCT AND SERVICE)

01 SALES FORCE

บริการทีมขายที่ผ่านการพัฒนาเพื่อผลักดันยอดขายของลูกค้า (Sales outsources/Agent)

บริการจัดทำแผนการขาย กำหนดและติดตามยอดขาย (Sales Plan , Operate sales team and target monitoring)

02 MARKETING FORCE

บริการจัดทำแผนการตลาด และวางกลยุทธ์ทางการตลาด (Marketing Strategy and Plan)

บริการวางแผนการสื่อสารและกิจกรรมทางการตลาด (Marketing Communication and Activites)

ประโยชน์ที่ลูกค้าจะได้รับ (BENEFIT)

- ผลักดันยอดขายของลูกค้า
- ไม่ต้องมี Sales Team ของตัวเอง
- ลดต้นทุนการขายในระยะยาว
- แผนการขายและระบบติดตามการขาย
- การเชื่อมการขายกับเป้าหมายของธุรกิจและพนักงาน
- แผนการตลาด และความเป็นไปได้ทางการตลาด
- แผนกลยุทธ์ทางการตลาด
- การดำเนินกิจกรรมทางการตลาด
- แผนและการดำเนินการตลาดแบบดิจิทัลครบวงจร



KMCC WORKING STEP

01

Access :

การประเมินความต้องการของลูกค้า
(Customer Insight Study)

02

Define :

การระบุความต้องการของลูกค้า
(Customer needs define)

03

Design :

การออกแบบบริการและรายละเอียดเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า (Customer Pain reliever or Gain creator)

04

Implement:

การปฏิบัติตามกระบวนการ รายละเอียดที่ออกแบบไว้ (Driven mechanic)

05

Control:

การติดตามและประเมินในรูปแบบ (Internal Audit)

SERVICE FEE (อัตราค่าบริการ)

01

SALES FORCE

ลูกค้ามีวิธีการจ่ายที่เลือกได้ 2 รูปแบบ บนหลัก
การของ Succession rate (You pay
when you sales)

แบบที่ 1 ค่าคอมมิชชั่น

แบบที่ 2 ค่าคอมมิชชั่น + Sales Incentive

02

MARKETING FORCE

ค่าบริการลูกค้า มี 2 ส่วน

1 ค่าการจัดทำแผนการตลาด (ราคาประเมินตามความ
ซับซ้อนและความต้องการของลูกค้า)

2. ค่าดำเนินการในการทำกิจกรรมทางการตลาด
(ราคาประเมินตามลักษณะของงาน/โครงการ)