

## การกำหนดลูกค้าเป้าหมายและกลยุทธ์การขาย

ประเภทของลูกค้าเป้าหมาย

1. การแบ่งตามยอดการซื้อและความสม่ำเสมอในการติดต่อบริษัท
2. การแบ่งตามปริมาณการซื้อขายต่อครั้ง
3. การแบ่งตามอำนาจการซื้อ

## การแบ่งลูกค้าตามยอดการซื้อและความสม่ำเสมอในการติดต่อ บริษัท

1. ลูกค้าที่มียอดซื้อสูงและมีการติดต่อซื้อกับบริษัทอย่างสม่ำเสมอ
2. ลูกค้าที่มียอดไม่มากและไม่บ่อยเหมือนกลุ่ม 1
3. ลูกค้าที่มียอดไม่มากและเคยมาซื้อสินค้าหรือบริการเพียง 1-2 ครั้ง
4. กลุ่มลูกค้าในอนาคต

## การแบ่งตามปริมาณการซื้อขายต่อครั้ง

1. ลูกค้ายปลีก
2. ลูกค้าค้าส่ง

## การแบ่งตามอำนาจการซื้อ

1. ระดับพรีเมียม
2. ระดับสูง
3. ระดับกลาง
4. ระดับล่าง
5. ระดับล่างสุด

## ประเภทของความต้องการของลูกค้า

1. ความต้องการทั่วไป
2. ความต้องการเฉพาะคน

## ความพึงพอใจของลูกค้า

1. กรณีลูกค้าที่มีเพียงความต้องการทั่วไป
2. กรณีลูกค้าที่มีทั้งความต้องการทั่วไปและ

ความต้องการเฉพาะ

## ลักษณะของพฤติกรรมและความต้องการของลูกค้า

1. ต้องการความสะดวกสบาย
2. ต้องการความรวดเร็ว
3. ต้องการความมั่นคงปลอดภัย
4. ต้องการความทันสมัย
5. เน้นความคุ้มค่าเงิน
6. เน้นคุณภาพ
7. ต้องการตามอย่างเพื่อน
8. ต้องการความเป็นอิสระ
9. ต้องการบริการแบบเบ็ดเสร็จ

## การกำหนดกลยุทธ์การขาย

ปัจจัยที่มีผลต่อการกำหนดกลยุทธ์การขาย

1. บริษัท (วัตถุประสงค์ ทรัพยากร ส่วนประสมการตลาด)
2. ลูกค้า
3. คู่แข่งขัน
4. สภาพะการตลาด

## กระบวนการหลักในการกำหนดกลยุทธ์การขาย

1. กระบวนการสร้างผลิตภัณฑ์ขึ้นมาเอง
  - 1.1 การผลิตเอง
  - 1.2 การจ้างผลิต
  - 1.3 การซื้อมาจำหน่าย
2. กระบวนการขายผลิตภัณฑ์ออกไป