

การบริหารเวลาและเขตขาย

ความหมายของเขตการขาย

เขตการขาย หมายถึง ลูกค้าหรือผู้ที่คาดหวังว่าจะเป็นลูกค้าที่ถูก
จำแนกออกเป็นกลุ่ม ๆ ตามถิ่นที่อยู่ แล้วมอบหมายให้พนักงานขายแต่ละ
รายเข้าไปติดต่อขายด้วย การกำหนดเขตการขาย จึงเป็นวิธีการอย่างหนึ่ง
ที่จะทำให้ลูกค้าได้รับการพบปะเยี่ยมเยียนจากพนักงานขายอย่างสม่ำเสมอ
และสามารถควบคุมค่าใช้จ่ายอันอาจเกิดขึ้นได้ง่ายด้วย ทั้งนี้เพราะบริษัท
รู้จักอาณาเขตการขายที่แน่นอน และรู้ตัวพนักงานที่รับผิดชอบได้แน่นอน
(สุปัญญา ไชยชาญ)

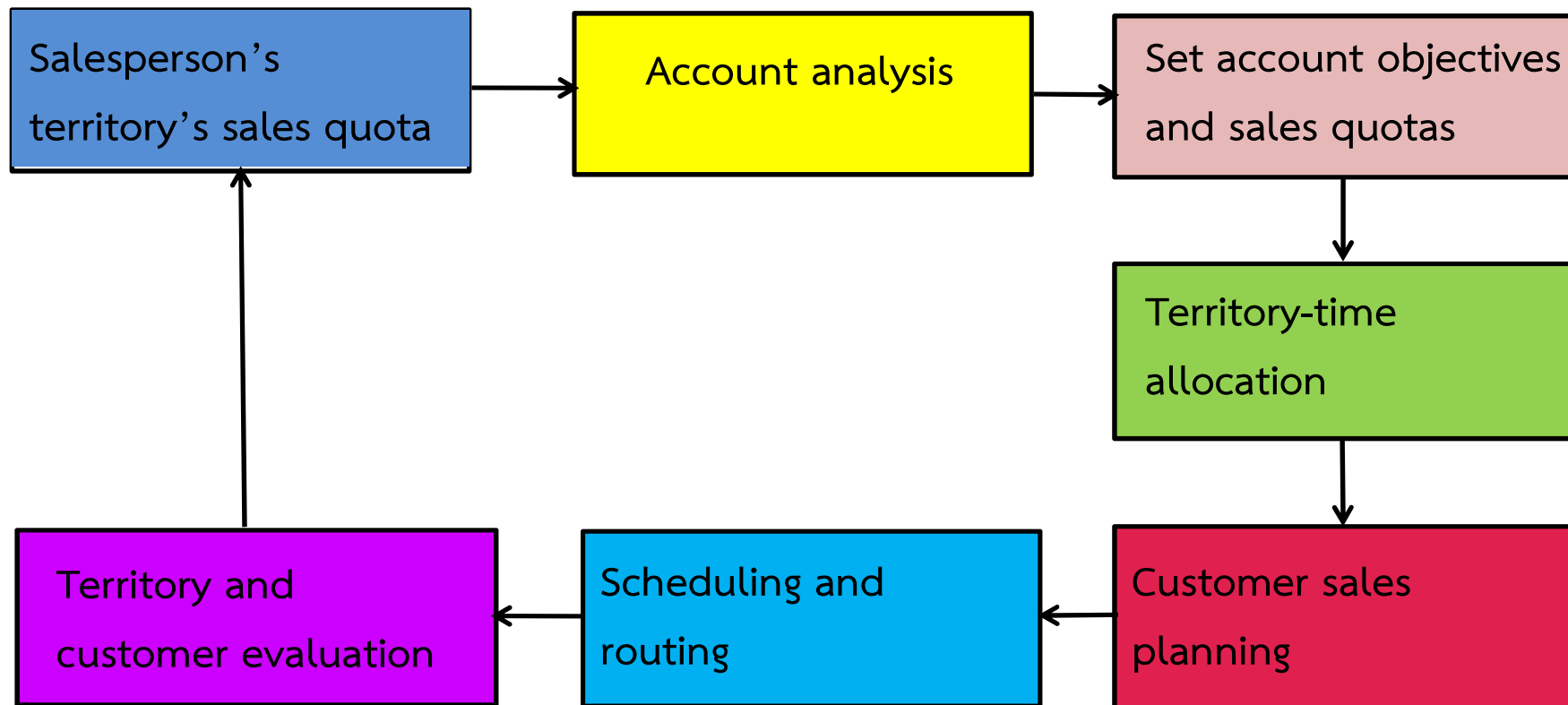
ความหมายของเขตการขาย

A sale territory comprises a group of customers or a geographic area assigned to salesperson. The territory may or may not have geographic boundaries. Typically, however, a salesperson is assigned to a geographic area containing present and potential customers.

Why establish sales territories

1. To obtain thorough coverage of the market
2. To establish each salesperson' responsibilities
3. To evaluate performance
4. To improve customer relations
5. To reduces sales expense
6. To allow better matching of salesperson to customer' s needs
7. To benefit both salespeople and the company

Elements of time and territory management (TTM) for the salesperson



ปัจจัยกำหนดเขตการขาย

1. ความหนาแน่นของลูกค้า
2. ภาระกรรมในการแวะเยี่ยมลูกค้า
3. อัตราการแวะเยี่ยมลูกค้า

การจัดเส้นทางการเดินทาง

หลักการหรือกฎการจัดเส้นทางขายที่ช่วยประหยัดค่าใช้จ่ายมี
ดังนี้

1. ลักษณะการเดินทางต้องอ้อมวกกลับมายังจุดเริ่มต้น
2. เส้นทางการเดินทางต้องไม่ตัดกัน
3. ต้องไม่มีการใช้เส้นทางซ้ำซ้อนไม่ว่าจะไปหรือกลับ
4. ลูกค้าที่มีถิ่นที่อยู่ในละแวกเดียวกันต้องได้รับการแวะเยี่ยมเป็น

ลำดับกัน

The management of time

1. Plan by the day, week, and month
2. Quality the prospect
3. Use waiting time
4. Have a productive lunchtime
5. Record and reports

วิธีการใช้เวลาให้มีประสิทธิภาพ

1. ส่งรายละเอียดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ไปให้ลูกค้าเป้าหมายล่วงหน้า
2. เมื่อเข้าพบลูกค้า ให้ลดเวลาในการเกริ่นสนทนาด้วยเรื่อง

ไร้สาระให้น้อยลง

3. พยายามปิดการขายให้เร็วที่สุดหรือทดลองปิดการขายให้ถี่ที่สุด

เท่าที่จะทำได้

4. พยายามใช้อุปกรณ์ช่วยขายประเภทต่าง ๆ