


# การส่งเสริมการขาย

## ความหมายของการส่งเสริมการขาย

การส่งเสริมการขาย (sales promotion) หมายถึง กิจกรรมต่าง ๆ ทางการตลาดที่จัดทำขึ้นเพื่อเสนอคุณค่า หรือสิ่งจูงใจพิเศษสำหรับผลิตภัณฑ์ให้กับกองกำลังฝ่ายการตลาด ผู้จัดจำหน่าย หรือผู้บริโภคคนสุดท้าย โดยมีจุดมุ่งหมายสำคัญเพื่อกระตุ้นให้เกิดการขายในทันที

A dark blue arrow points to the right at the top left. Several thin, curved lines in shades of blue and grey sweep upwards from the bottom left corner.

Sales promotion consists of short-term incentives to encourage the purchase or sale of a product or service. Sales promotion includes a variety of promotion tools designed to stimulate earlier or stronger market response. (Kotler, Bowen & Makens, 2006)

# ประเภทของการส่งเสริมการขาย

1. การส่งเสริมการขายมุ่งสู่ผู้บริโภค (consumer-oriented sales promotion)
2. การส่งเสริมการขายมุ่งสู่คนกลาง (trade-oriented sales promotion)
3. การส่งเสริมการขายมุ่งสู่พนักงานขาย (salesperson oriented sales promotion)

# วัตถุประสงค์การส่งเสริมการขาย

## 1. มุ่งสู่ผู้บริโภค

- 1.1 เพื่อเชิญชวนให้ผู้บริโภคทดลองใช้ ทดลองซื้อ และซื้อซ้ำสำหรับผลิตภัณฑ์ใหม่
- 1.2 เพื่อจูงใจการอุดหนุนตราผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง
- 1.3 เพื่อเพิ่มการซื้อและการใช้ผลิตภัณฑ์เพิ่มมากขึ้น
- 1.4 เพื่อกระตุ้นให้ผู้บริโภคซื้อผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ของบริษัท
- 1.5 เพื่อช่วยเสริมแรงงานการโฆษณา และความพยายามทางการตลาดเพื่อให้เกิดผลเร็วยิ่งขึ้น

## 2. มุ่งสู่คนกลาง

2.1. เพื่อกระตุ้นจิตใจให้ผู้ค้าปลีกและผู้ค้าส่งนำสินค้าไปจำหน่าย

2.2 เพื่อกระตุ้นผู้ค้าปลีกให้ช่วยสนับสนุนสินค้าเพื่อการบริโภคเป็นพิเศษ หรือช่วยสนับสนุนการส่งเสริมการขายไปยังผู้บริโภค

2.3 เพื่อกระตุ้นผู้จำหน่ายเพิ่มหรือลดระดับสินค้าคงคลัง

2.4 เพื่อสร้างความสัมพันธ์ระหว่างผู้จัดจำหน่ายกับพนักงานขายของบริษัทให้แน่นแฟ้นมากขึ้น

### 3. มุ่งสู่พนักงานขาย

3.1 เพื่อกระตุ้นการจำหน่ายผลิตภัณฑ์

3.2 เพื่อจูงใจให้สนับสนุนการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ใหม่

3.3 เพื่อจูงใจการให้บริการแก่ผู้บริโภค และคนกลาง

# เทคนิคและเครื่องมือการส่งเสริมการขาย

## 1. มุ่งสู่ผู้บริโภค

- 1.1 การแจกคูปอง
- 1.2 การแจกตัวอย่าง
- 1.3 การให้ของแถม
- 1.4 การเพิ่มขนาดบรรจุภัณฑ์
- 1.5 การลดราคา
- 1.6 การคืนเงิน
- 1.7 การแข่งขันและชิงโชค
- 1.8 อุปกรณ์กิจกรรมพิเศษ



## 2. มุ่งสู่คนกลาง

2.1 การให้ส่วนลดการค้า

2.2 การจัดแสดง ณ แหล่งซื้อ

2.3 การแข่งขันการขาย

2.4 การจัดโปรแกรมการฝึกอบรม

2.5 การจัดแสดงสินค้า

2.6 การให้สินค้าฟรี และอุปกรณ์ช่วยขาย

2.7 การโฆษณาร่วม





### 3. มุ่งสู่พนักงานขาย

3.1 การแข่งขันการขาย และการให้รางวัล

3.2 การจัดโปรแกรมการฝึกอบรม ประชุม สัมมนา

และศึกษาดูงาน

3.3 การให้เครื่องมือ และอุปกรณ์ช่วยขาย



## การตัดสินใจเกี่ยวกับการส่งเสริมการขาย

1. การกำหนดวัตถุประสงค์การส่งเสริมการขาย
2. เลือกเครื่องมือการส่งเสริมการขาย
3. ออกแบบแผนการส่งเสริมการขาย
4. ปฏิบัติตามแผนการส่งเสริมการขาย
5. ประเมินผลการส่งเสริมการขาย