



## รายงานการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

การเพิ่มยอดขายด้วย Beauty Assistant(BA)

กรณีศึกษา : บริษัท บางกอก เฮลท์ กรุ๊ป จำกัด

INCREASE SALES VOLUME WITH BEAUTY ASSISTANT(BA)

CASE STUDY : BANGKOK HEALTH GROUP CO., LTD.

โดย

นางสาวนันทิชา ควบพิมาย

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาการตลาด

รหัสนักศึกษา 6340507211

## รายงานการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

การเพิ่มยอดขายด้วย Beauty Assistant(BA)

กรณีศึกษา : บริษัท บางกอก เฮลท์ กรุ๊ป จำกัด

INCREASE SALES VOLUME WITH BEAUTY ASSISTANT(BA)

CASE STUDY : BANGKOK HEALTH GROUP CO., LTD.

โดย

นางสาวนันทิชา ควบพิมาย

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาการตลาด

รหัสนักศึกษา 6340507211

ชื่อโครงการ	การเพิ่มยอดขายด้วย Beauty Assistant(BA) กรณีศึกษา : บริษัท บางกอก เฮลท์ กรุ๊ป จำกัด INCREASE SALES VOLUME WITH BEAUTY ASSISTANT(BA) CASE STUDY : BANGKOK HEALTH GROUP CO., LTD.
ผู้เขียน	นางสาวนันทิชา ควบพิมาย
อาจารย์ที่ปรึกษา	ดร.จรรุวรรณ พนมจีระสวัสดิ์
สาขาวิชา	การตลาด
ปีการศึกษา	2566

### บทคัดย่อ

โครงการฝึกงานฉบับนี้ เป็นการขายโดยบุคคลที่มีการพูดคุยให้คำแนะนำและเสนอผลิตภัณฑ์ กลุ่มสกินแคร์และเครื่องสำอางแบรนด์บีเคแอกเน่ (BK ACNE) ที่มีจำหน่ายในร้านค้า Beautrium สาขาเซ็นทรัลนครราชสีมา ให้กับลูกค้าแบบต่อหน้าเพื่อเพิ่มยอดขาย รวมไปถึงการทำให้แบรนด์เป็นที่รู้จักต่อผู้บริโภคเพิ่มขึ้น จึงเป็นที่มาของการกำหนดวัตถุประสงค์ในการจัดทำโครงการ “การเพิ่มยอดขายด้วย Beauty Assistant(BA)” ขึ้นมา เพื่อเพิ่มยอดขายผลิตภัณฑ์สกินแคร์และเครื่องสำอางแบรนด์บีเคแอกเน่ (BK ACNE) ซึ่งผลของการศึกษา หลังจากการดำเนินโครงการในช่วงของการปฏิบัติงาน พบว่า พนักงานเชียร์ขายสินค้าสามารถทำยอดขายได้สูงสุดในเดือนกุมภาพันธ์เป็นจำนวน 17,533 บาท หรือมีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นอยู่ที่ร้อยละ 22 รองลงมาคือ เดือนมกราคม มียอดขายจำนวน 14,368 บาท หรือมีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นอยู่ที่ร้อยละ 79 รองลงมาคือ เดือนธันวาคม มียอดขายจำนวน 8,030 บาท หรือมีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นอยู่ที่ร้อยละ 46 ตามลำดับ ดังนั้น การจัดทำโครงการในครั้งนี้ทำให้ผู้จัดทำมองเห็นถึงการนำโครงการนี้ไปพัฒนาต่อ เพื่อผลักดันให้มีอัตราการเติบโตของยอดขายเพิ่มขึ้นจากการมีพนักงานเชียร์ขายสินค้า และนำไปใช้ในการวางแผนจัดระบบเพิ่มพนักงานขายให้มีศักยภาพต่อไปได้

## กิตติกรรมประกาศ

ตามที่ข้าพเจ้า นางสาวนันทิชา ควบพิมาย ได้มีโอกาสเข้ามาฝึกประสบการณ์วิชาชีพ ในบริษัท บางกอก เฮลท์ กรุ๊ป จำกัด ตั้งแต่วันที่ 12 ธันวาคม พ.ศ. 2566 จนถึงวันที่ 5 เมษายน พ.ศ. 2567 ข้าพเจ้าได้รับความรู้วิธีการปฏิบัติงาน การดำเนินงาน ประสบการณ์ต่างๆ ที่หาไม่ได้จากบทเรียนจากการเปิดโอกาสของมหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา ตลอดระยะเวลาของการฝึกประสบการณ์วิชาชีพ ขอขอบพระคุณ ดร.จากรุวรรณ พนมจีระสวัสดิ์ ที่ให้คำปรึกษา คำแนะนำ เนื้อหาแนวคิดต่างๆ จึงทำให้โครงการเล่มนี้สำเร็จได้ด้วยดี

นอกจากนี้ขอขอบคุณ นางสาวจริยา ขจีรัมย์ และนางสาววิภาวี รัตนภาวี (พี่เลี้ยง) แผนก Sale Modern Trade บริษัท บางกอก เฮลท์ กรุ๊ป จำกัด รวมถึงพี่ๆ ฝ่ายขายและฝ่ายการตลาดทุกคนที่คอยให้คำแนะนำ คอยช่วยเหลือ สอนการทำงานและปรับตัวให้เหมาะสมกับการทำงาน ทำให้การฝึกประสบการณ์วิชาชีพ ในครั้งนี้เป็นไปได้อย่างราบรื่น จึงขอขอบคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

นางสาวนันทิชา ควบพิมาย  
คณะวิทยาการจัดการ สาขาการตลาด  
มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา  
พ.ศ. 2566

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	ก
กิตติกรรมประกาศ	ข
สารบัญ	ค
สารบัญตาราง	จ
สารบัญภาพ	ฉ
<b>บทที่ 1 บทนำ</b>	
1.1 ชื่อและที่ตั้งของสถานประกอบการ	1
1.2 ลักษณะธุรกิจของสถานประกอบการ	1
1.3 รูปแบบการจัดองค์กรและการบริหารองค์กร	2
1.4 ตำแหน่งและหน้าที่งานที่นักศึกษาได้รับมอบหมาย	3
1.5 พนักงานที่ปรึกษาและตำแหน่งของพนักงานที่ปรึกษา	3
1.6 ระยะเวลาที่ปฏิบัติงาน	3
1.7 ที่มาและความสำคัญ	4
1.8 วัตถุประสงค์หรือจุดมุ่งหมายของการปฏิบัติงาน	4
1.9 ผลที่คาดว่าจะได้รับจากการปฏิบัติงาน	4
<b>บทที่ 2 ทฤษฎีที่ใช้ในการปฏิบัติงาน</b>	
2.1 การขาย (Selling)	5
2.2 กลยุทธ์การขายคืออะไร	5
<b>บทที่ 3 แผนการปฏิบัติโครงการและขั้นตอนการดำเนินงาน</b>	
3.1 แผนการปฏิบัติโครงการ	11
3.2 ขั้นตอนการดำเนินงาน	11
<b>บทที่ 4 ผลการดำเนินงาน</b>	
4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	23
4.2 การวัดผล	23
4.3 ผลลัพธ์ของยอดขาย	24
4.4 ผลการเก็บข้อมูลลูกค้าจำนวน 100 ชุด	24

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
<b>บทที่ 5 บทสรุปและข้อเสนอแนะ</b>	
5.1 สรุปผลการดำเนินงาน	25
5.2 สรุปผลการปฏิบัติงาน	26
5.3 ข้อเสนอแนะจากการฝึกงาน	27
<b>บรรณานุกรม</b>	28
<b>ภาคผนวก</b>	
- การดำเนินงาน	30
- การปฏิบัติงานและกิจกรรมอื่นๆ ในระยะเวลาการฝึกสหกิจ	36
<b>ประวัติย่อผู้จัดทำโครงการ</b>	46

## สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
	3.1 แผนการปฏิบัติโครงการ	11
	3.2 ขั้นตอนการดำเนินงาน	11

## สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1.1 แผนที่บริษัท บางกอก เฮลท์ กรุ๊ป จำกัด	1
1.2 โลโก้แบรนด์บีเคแอกเน่ (BK ACNE)	2
1.3 แผนผังการบริหารองค์กร	2
2.1 กลยุทธ์การขายแบบ Step-by-Step	6
3.1 กระบวนการขาย (Selling process)	12
3.2 BK Acne Balancing Mask	16
3.3 BK Retouch Acne Concealer Pen	16
3.4 BK Acne Loose Powder	17
3.5 BK Acne Serum Brightening Anti – Pollution	17
3.6 BK Sensi Foundation Acne BB SPF50+ PA++++	18
3.7 BK Sensi Perfect Protection Sunscreen SPF50+ PA++++	18
3.8 BK Sensi Amino Perfect Relaxing Whip Foam	19
3.9 BK Sensi Perfect Rose Cleansing Water	19
3.10 BK Acne Expert Filler Bright	20
3.11 BK ALL DAY GLOW PERFUME BODY LOTION	20
3.12 ลงพื้นที่หน้าร้าน Beautrium	21
3.13 ตัวอย่างการสรุปยอดขายส่งทีม Sale	21
3.14 รูปแบบการเก็บข้อมูล	22
4.1 ผลลัพธ์ของยอดขาย	24
4.2 ผลการเก็บข้อมูลจำนวน 100 ชุด	24





ธรรมชาติมาพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เหมาะกับผิวของคนเป็นสิ่ว โดยผลิตภัณฑ์ภายใต้แบรนด์บีเคแอกเน่ (BK ACNE) มีทั้งหมด 3 กลุ่ม ได้แก่ BK ACNE, BK SENSI, BK BODY



ภาพที่ 1.2 โลโก้แบรนด์บีเคแอกเน่ (BK ACNE)

### 1.3 รูปแบบการจัดองค์กรและการบริหารองค์กร



ภาพที่ 1.3 แผนผังการบริหารองค์กร

## Vision

เรามุ่งเน้นพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและความงามสู่ระดับสากล

## Mission

1. มุ่งเน้นคุณภาพและการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ ที่มีมาตรฐานการผลิตเป็นที่ยอมรับในระดับสากล
2. มุ่งเน้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ที่เป็นนวัตกรรม เพื่อสุขภาพและความงาม จนถึงปัจจุบัน
3. ควบคุมคุณภาพสินค้าอย่างต่อเนื่อง เพื่อรองรับธุรกิจส่งออกในอนาคต

### 1.4 ตำแหน่งและหน้าที่งานที่นักศึกษาได้รับมอบหมาย

ปฏิบัติงานในแผนก Sales/Marketing

- ส่วนของงานขายมีหน้าที่ปฏิบัติงานในแผนกย่อย Sale Modern Trade ตำแหน่ง Beauty Assistant(BA) ประจำ ณ จุดขายร้าน Beautrium สาขาเซ็นทรัลนครราชสีมา เพื่อให้คำแนะนำเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ นำเสนอผลิตภัณฑ์ของบริษัทให้ลูกค้า ปิดการขาย ทำยอดขาย รวมถึงเก็บข้อมูลความคิดเห็นของลูกค้าเพื่อนำมาวางแผนการขาย

- ส่วนของงานการตลาดมีหน้าที่นำเสนอเทรนด์ที่น่าสนใจในแต่ละวัน และทำ Content รวมถึงกิจกรรมทางการตลาดตามช่วงเวลาที่ได้รับมอบหมาย

### 1.5 พนักงานที่ปรึกษาและตำแหน่งงานของพนักงานที่ปรึกษา

นางสาวจรรยา ขจีรัมย์	ตำแหน่ง	Sale Modern Trade
นางสาววิภาวี รัตนภาวี	ตำแหน่ง	Sale Modern Trade

E-mail : [Moderntrade@bangkokhealthgroup.com](mailto:Moderntrade@bangkokhealthgroup.com)

### 1.6 ระยะเวลาที่ปฏิบัติงาน

ระยะเวลาปฏิบัติงาน

วันที่ 12 ธันวาคม 2566 ถึง 5 เมษายน 2567 รวมระยะเวลาเป็น 4 เดือน

วันในการปฏิบัติตรงงาน

อังคาร – เสาร์ แบ่งเป็นเข้าบริษัท 2 วัน เข้าหน้าร้านขาย 3 วัน

## 1.7 ที่มาและความสำคัญ

ผลิตภัณฑ์กลุ่มสกินแคร์และเครื่องสำอาง เป็นผลิตภัณฑ์ที่ลูกค้าค่อนข้างใส่ใจในเรื่องสารสกัด หรือส่วนผสมเป็นพิเศษ เพราะหากลูกค้าที่มีผิวแพ้ง่ายอาจต้องเลือกใช้ผลิตภัณฑ์เฉพาะกลุ่มที่เหมาะสมกับสภาพผิวตนเอง ผู้จัดทำโครงการจึงเล็งเห็นความสำคัญของการมีพนักงานให้คำแนะนำเกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์ รวมถึงการนำเสนอผลิตภัณฑ์ของบริษัทให้ลูกค้าใช้ ไปจนถึงการผลักดันให้ยอดขายเพิ่มขึ้น เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ของโครงการ

## 1.8 วัตถุประสงค์หรือจุดมุ่งหมายของการปฏิบัติงาน

1.8.1 เพื่อเพิ่มยอดขายผลิตภัณฑ์แบรนด์บีเคแอกเน่ (BK ACNE) ที่มีจำหน่ายในร้านค้า Beautrium สาขาเซ็นทรัลนครราชสีมา

1.8.2 เพื่อเก็บข้อมูลความคิดเห็นของลูกค้าที่เข้ามาเลือกซื้อในร้านค้า Beautrium สาขาเซ็นทรัลนครราชสีมา เพื่อนำมาวางแผนการขาย

## 1.9 ผลที่คาดว่าจะได้รับจากการปฏิบัติงาน

ยอดขายของสกินแคร์และเครื่องสำอางแบรนด์บีเคแอกเน่ (BK ACNE) จะเพิ่มขึ้นจากการมี Beauty Assistant(BA) หรือพนักงานให้คำแนะนำเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และเชียร์ขายผลิตภัณฑ์ของบริษัท โดยจะต้องมีอัตราการเติบโตของยอดขายเพิ่มขึ้นทุกเดือน

## บทที่ 2

### ทฤษฎีที่ใช้ในการปฏิบัติงาน

#### 2.1 การขาย (Selling)

การขาย (Selling) ถือว่าเป็นงานทางการตลาดที่มีความสำคัญ ดังคำโบราณกล่าวไว้ว่า “สิ่งต่างๆ จะไม่สามารถเกิดขึ้นได้เลยจนกว่าการขายจะเกิดขึ้น” ในอดีตคนทั่วไปมักจะคิดว่าพนักงานขายต้องพูดเก่ง ชอบตีสันทิว พูดจาเชื่อถือไม่ได้ แต่ปัจจุบันพนักงานเป็นมากกว่าผู้รับคำสั่งซื้อ (Order Taker) โดยพนักงานขายต้องค้นหาความต้องการของลูกค้า และมีความสามารถในการตอบสนองความต้องการนั้นๆ ได้ คนที่ทำหน้าที่ในด้านการขายอาจมีชื่อเรียกได้หลายๆ อย่าง เช่น พนักงานขาย (Sales people) ตัวแทนขาย (Sales representatives) ผู้จัดการฝ่ายลูกค้า (Account executives) ที่ปรึกษาการขาย (Sales consultants) วิศวกรการขาย (Sales engineers) ตัวแทนขายภาคสนาม (Field representatives) ตัวแทน (Agent) ผู้จัดการเขต (District managers) และตัวแทนการตลาด (Marketing representatives) เป็นต้น

การขายโดยพนักงานขายจึงเป็นสิ่งสำคัญในการติดต่อสื่อสารทางการตลาดอย่างมีประสิทธิภาพ การขายโดยพนักงานขายเป็นสิ่งจำเป็นที่ช่วยผลักดันให้ลูกค้าใช้สินค้าใหม่ เพิ่มยอดขาย และให้ลูกค้าได้รู้ถึงตราสินค้าของบริษัท ดังนั้นจึงอาจกล่าวได้ว่า การขายโดยพนักงานขาย (Personal Selling) คือ การขายในรูปแบบของการติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคลต่อบุคคล (Person-to-person communication) ที่พนักงานขาย (Salesperson) ใช้ความพยายามในการกระตุ้นให้ผู้ซื้อทำการซื้อสินค้าหรือบริการของบริษัท จึงจะเห็นได้ว่าการขายโดยพนักงานขายนั้นเป็นกระบวนการติดต่อสื่อสารสองทาง (Two-way communication process) ที่ทั้งพนักงานขายและลูกค้าคาดหวังสามารถตอบสนองซึ่งกันและกันอย่างทันที่ทันใจ

#### 2.2 กลยุทธ์การขายคืออะไร

กลยุทธ์การขาย (Sales Strategy) คือ การวางแผนที่จะเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายเพื่อขายสินค้าตลอดจนยอดขายที่ตั้งเป้าเอาไว้และรายละเอียดการดำเนินงานเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ การมีกลยุทธ์การขายช่วยให้ฝ่ายขายมีกำหนดหมายงานที่ชัดเจน และมีวิสัยถึงสิ่งที่ตนต้องทำในระยะยาว ดังนั้นการสร้างกลยุทธ์การขายเองควรจะทำอย่างครอบคลุม มีการค้นคว้าอย่างถี่ถ้วน และสามารถนำไปปฏิบัติได้จริง



ภาพที่ 2.1 กลยุทธ์การขายแบบ Step-by-Step

## 1. ระบุยอดเป้าหมาย

หากจะขายสินค้าให้ได้ผลตอบรับดี ก่อนอื่นก็ต้องตั้งเป้าหมายให้มั่นคงเสียก่อน โดยเริ่มจากวิธีดังนี้

- ประเมินสินทรัพย์ขององค์กรว่าจำเป็นต้องใช้ทรัพยากรใดเพิ่มเติมหรือไม่ ไม่ว่าจะเป็นบุคลากร หรืออาจจะเป็นเครื่องมือต่าง ๆ อย่างซอฟต์แวร์ CRM ที่ช่วยบริหารจัดการ Sales Pipeline ให้ดีขึ้น ทำให้มั่นใจว่าทุกองค์ประกอบมีครบก่อนวางแผน
- ทบทวนข้อมูลประวัติการขายของลูกค้า ใช้ข้อมูลนี้ตั้งเป้าหมายที่อยู่ในขอบเขตที่จะทำได้
- ใช้ S.M.A.R.T. โมเดลเข้าช่วยในการตั้งเป้าหมาย ตัวอย่างเช่น “เพิ่มขนาดดีล 35%” หรือ “บรรลุยอดขาย 1 ล้านในปีนี้” เป็นต้น

## 2. สำนวจตลาดให้ดี

การทำความเข้าใจเรื่องมูลค่าแบรนด์ในตลาดถือเป็นเรื่องที่สำคัญอย่างมาก หากไม่รู้ว่าแบรนด์ของคุณจะช่วยมอบคุณค่าใดให้กับผู้ซื้อได้บ้าง ก็เป็นการยากที่จะจูงใจลูกค้าให้ซื้อสินค้าหรือบริการของคุณ หนึ่งในวิธียอดนิยมที่มักใช้วิเคราะห์ตลาด ก็คือ SWOT Analysis

SWOT Analysis ประกอบด้วยการวิเคราะห์จุดแข็ง (Strengths) จุดอ่อน (Weaknesses) โอกาส (Opportunities) และภัยคุกคาม (Threats) ลองตั้งคำถามว่าสินค้าของคุณตอบโจทย์กลุ่มเป้าหมายที่ตั้งไว้จริง ๆ หรือไม่? Value Proposition ที่มีคืออะไร? อะไรที่เป็นอุปสรรคทั้ง

ภายนอกภายในที่อาจทำให้ล้มเหลว? การวิเคราะห์ข้อมูลเหล่านี้จะช่วยให้คุณเข้าใจภาพรวมมากขึ้น และเป็นการทบทวนถึงโอกาสการขายให้ดีขึ้นกว่าเดิม

### 3. สร้าง Customer Personas

เมื่อเข้าใจเรื่องตลาดเป้าหมายแล้ว สิ่งต่อไปที่ต้องทำก็คือทำความเข้าใจลูกค้าในอุดมคติที่จะซื้อสินค้าเรา ในที่นี้สามารถทำได้โดยการสร้าง Buyer Persona เริ่มจากการแบ่งกลุ่มเป็น segment ต่าง ๆ และใส่ข้อมูลเพิ่มเติมไปในหัวข้อดังนี้

- จำลองชื่อและตำแหน่ง เช่น “Dana Matthews, CPA”
- จำลองว่าอยู่อุตสาหกรรมไหน อายุ เงินเดือน การศึกษา
- จำลองเป้าหมายและชาเลนจ์
- วิเคราะห์ว่า Value Proposition ของสินค้าตอบโจทย์ในสิ่งที่บุคคลนี้ต้องการได้หรือไม่ อย่างไร

การทำ Customer Personas จะช่วยให้เข้าใจว่าลูกค้ากลุ่มไหนที่เหมาะสมที่จะเป็นกลุ่มเป้าหมายมากที่สุด ตลอดจนวิธีเข้าหาและเทคนิคการขาย

### 4. ระบุโอกาสสำหรับปรับปรุง Customer Journey

พิจารณาเรื่อง Customer Journey ของลูกค้าตั้งแต่ปัญหาที่พบเจอที่นำมาสู่ขั้นตอนการสั่งซื้อ หากเข้าใจเรื่องการเดินทางของลูกค้า ก็จะสามารถหาหนทางเปลี่ยนผู้ที่สนใจเป็นลูกค้าประจำได้อย่างมีประสิทธิภาพ

- เข้าหาลูกค้าคนปัจจุบัน สอบถามว่าในเรื่องการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ขายกับลูกค้า มีสิ่งใดที่ชอบหรือไม่ชอบ เก็บข้อมูลเหล่านี้จากแบบสำรวจหรือบทสนทนาทั่วไป
- ระบุแรงขับเคลื่อนที่นำไปสู่การซื้อ ลองถามลูกค้าคนปัจจุบันว่ามีอุปสรรคในการซื้อในด้านใดบ้างหรือไม่ งบประมาณหลักหรือเปล่า หรือสินค้ามีความเข้าใจยากหรือไม่ คุณอาจลองปรับสร้างแพ็คเกจขึ้นมาใหม่หรืออบรมพนักงานขายเพื่อให้สื่อสารกับลูกค้าได้ดี
- ทบทวน Customer Journey ของคู่แข่ง สำรวจว่าคู่แข่งใช้วิธีใดในการดึงดูดลูกค้า ใช้แพลตฟอร์มอะไรบ้าง หรือมีวิธีการรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้าอย่างไร ข้อมูลจากการค้นคว้าเว็บไซต์ โซเชียลมีเดีย ความเห็นลูกค้าของคู่แข่งจะช่วยให้นำไปปรับสร้างกลยุทธ์ที่มีชั้นเชิงยิ่งขึ้นได้

## 5. ร่างแผนปฏิบัติการ

หลังจากได้บทสรุปจากการวิเคราะห์แล้ว ขั้นตอนสุดท้ายก็คือการไปให้ถึงเป้าหมาย ในการวางแผนนี้ ใช้ข้อมูลจากคั่นคว่ำในข้อ 2 ถึง 4 ในการระบุว่าพนักงานขายมีงานใดที่ต้องปฏิบัติบ้าง เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ในข้อ 1 ยกตัวอย่างได้ดังนี้

- สร้าง Lead จากโซเชียลมีเดีย เช่น เข้าร่วมกลุ่มใน LinkedIn ในอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง สินค้า นำเสนอมูลค่าของสินค้าและเสริมสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับคนในกลุ่ม
- สำรวจแหล่งที่มาของ Lead จากการใช้ CRM ติดตาม Tickets ที่เข้ามา เพื่อที่พนักงานขายจะได้เห็นคำถามและประเมินว่าสินค้าจะสร้างประโยชน์ให้ใครได้บ้าง
- ใช้วิธี Upsell หากประเมินว่าสินค้าสามารถมอบคุณค่าให้ลูกค้าได้แล้ว อย่าเกรงที่จะเสนอในสิ่งที่มีมากกว่าให้ลูกค้า ลองไฮไลท์เรื่องข้อดีและประโยชน์หากลูกค้าลองเพิ่มสินค้าตัวอื่นใช้งานควบคู่กันไปด้วย
- ใช้การอ้างอิงจากลูกค้าด้วยกัน สอบถามลูกค้าที่พึงพอใจในสินค้าให้ช่วยอ้างอิงบอกกล่าว หรือจัดทำเป็น Customer Story เป็นตัวอย่างในการขาย

กลยุทธ์การขาย (Sales Strategy) ช่วยให้พนักงานฝ่ายขายมุ่งทำงานแบบมีเป้าหมายด้วยวิธีการที่ตรงประเด็นและดึงดูดลูกค้า เพิ่มพูนยอดขายได้มากขึ้น การมีเครื่องมือ CRM ที่ดีเองก็ช่วยให้ฝ่ายขายสามารถติดตามผลลัพธ์เพื่อให้ปฏิบัติตามกลยุทธ์ได้อย่างลุล่วง

## 8 เคล็ดลับในการเพิ่มประสิทธิภาพสูงสุดให้กับกลยุทธ์การขายของคุณ

### 1. ดูยอดขายที่ผ่านมา

ขั้นตอนแรกในการสร้างกลยุทธ์การขายให้ประสบความสำเร็จ คือ การวิเคราะห์ข้อมูลการขายที่ผ่านมาของบริษัท ซึ่งจะช่วยให้คุณเข้าใจถึงสิ่งที่ได้ผล หรือไม่ได้ผลกับกลุ่มเป้าหมายของคุณได้ดียิ่งขึ้น โดยมีเครื่องมือหลายอย่างที่คุณสามารถใช้ในการประเมิน หรือคุณอาจจะเริ่มสร้างกลยุทธ์การขายที่พัฒนาจากกลยุทธ์ที่ประสบความสำเร็จที่เคยใช้ก่อนหน้านี้ก็ได้

### 2. กำหนดเป้าหมายการขายที่เฉพาะเจาะจง

ก่อนที่คุณจะสร้างกลยุทธ์การขายที่สามารถวัดผลได้ คุณต้องพิจารณาเป้าหมายการขายของคุณก่อน โดยเป้าหมายที่คุณกำหนดนั้นจะต้องเป็นรูปธรรม และสามารถวัดผลได้ ยกตัวอย่างเช่น แทนที่จะบอกว่าคุณต้องการเพิ่มยอดขายเพียงแค่นั้น ให้ลองกำหนดว่า คุณต้องการเพิ่มยอดขายให้ได้



37% ภายในสิ้นปี เพราะหากไม่มีเป้าหมายที่เป็นรูปธรรมและง่ายต่อการวัดผล จะไม่สามารถวัดผลได้ว่า กลยุทธ์ที่ใช้อยู่กันนี้ได้ผลดีหรือไม่ หรือส่งผลต่อผลลัพธ์ทางการเงินโดยรวมได้อย่างไร

### 3. กำหนดกลุ่มเป้าหมายทางการตลาด (Target Market)

กลยุทธ์การขายที่จะประสบความสำเร็จ นั้นต้องเป็นกลยุทธ์ที่มีการกำหนดและต้องทำความเข้าใจกลุ่มเป้าหมายทางการตลาดอย่างชัดเจน ซึ่งจะทำให้คุณสามารถสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมายได้อย่างชัดเจน และได้ลูกค้าใหม่ในที่สุด ยกตัวอย่างเช่น หากคุณขายครีมบำรุงรอบดวงตาสูตร Anti-Aging หากกำหนดกลุ่มเป้าหมายเพียงแค่ว่า เป็นกลุ่มวัยรุ่น ผู้หญิง คุณก็อาจจะไม่ได้ผลลัพธ์ตามที่ต้องการ ดังนั้นคุณควรใช้เวลาในการสรุปแผนเกี่ยวกับอายุของกลุ่มเป้าหมาย, พฤติกรรมการใช้จ่าย, เพศ และพื้นที่อยู่อาศัย รวมไปถึงปัญหาต่าง ๆ ที่กลุ่มเป้าหมายกำลังเผชิญอยู่และที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ของคุณ

### 4. กำหนดวิธีการขาย

วิธีการขายทั่วไปสามารถทำได้หลายวิธี ไม่ว่าจะเป็นทางจดหมาย, โซเชียล มีเดีย, การโฆษณา, โทรศัพท์, อีเมล เป็นต้น ดังนั้นหากจะต้องกำหนดวิธีและช่องทางการขายให้เหมาะสมกับกับกลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่ของคุณ

### 5. ทำความรู้จักกับคู่แข่ง

การทำความเข้าใจคู่แข่งของคุณและกลยุทธ์การขายที่พวกเขาใช้ และพวกเขา กำลังทำอะไร และทำการตลาดอย่างไร ข้อมูลเหล่านี้จะช่วยให้คุณพิจารณาได้ว่าวิธีไหนใช้ได้ผลกับธุรกิจของคุณ และจะสร้างความแตกต่างได้อย่างไร หากคุณมีการวิเคราะห์ข้อมูลของตลาดและคู่แข่งเป็นอย่างดีแล้ว จะทำให้คุณทราบว่าควรวางกลยุทธ์การขายให้ธุรกิจของคุณอย่างไร

### 6. เริ่มต้นจากจุดเล็ก ๆ ก่อน

แม้ว่าในตลาดจะมีการใช้กลยุทธ์การขายที่น่าดึงดูดและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายจำนวนมาก แต่ก็ยังไม่อาจจะบอกได้ว่าวิธีไหนคือวิธีที่ดีที่สุดในการเพิ่มยอดขายให้ประสบความสำเร็จ คุณควรพิจารณาการกำหนดกลุ่มเป้าหมายโดยโฟกัสไปที่กลุ่มเป้าหมายเล็ก ๆ โดยใช้ข้อมูลและผลลัพธ์จากกลุ่มเป้าหมายนี้ และขยายขอบเขตการเข้าถึงของกลยุทธ์การขายของคุณอย่างช้า ๆ ซึ่งวิธีนี้จะช่วยให้คุณใช้ทรัพยากรของคุณได้อย่างคุ้มค่าและชาญฉลาดมากยิ่งขึ้น

## 7. รับฟังสิ่งข้อมูลจากผู้ที่มีโอกาสมาเป็นลูกค้า (Prospect)

ในการทำธุรกิจ อีกสิ่งหนึ่งที่ไม่ควรมองข้ามนั่นก็คือ การรับฟังความคิดเห็นต่าง ๆ จากผู้ที่มีโอกาสมาเป็นลูกค้า หรือกลุ่มเป้าหมายของคุณ คุณสามารถรวบรวมความคิดเห็นจากผู้มีโอกาสมาเป็นลูกค้า ด้วยการถามคำถามปลายเปิด, จัดทำแบบสำรวจและฝึกการฟังเชิงรุก (Active Listening) เพื่อรวบรวมและใช้ข้อมูลเหล่านี้ในการสื่อสารกับพวกเขา

## 8. การทำอย่างสม่ำเสมอ

กลยุทธ์การขายส่วนใหญ่ไม่ได้สร้างผลลัพธ์ที่ยิ่งใหญ่ในช่วงข้ามคืน โดยคุณจำเป็นต้องให้ความสำคัญในกลยุทธ์การขายต่าง ๆ คือ การรักษาความสม่ำเสมอ และพัฒนากลยุทธ์ที่คุณได้เรียนรู้จากสิ่งที่ได้ผลและไม่ได้ผลอย่างต่อเนื่อง อดทนกับกลุ่มเป้าหมายของคุณ, รับฟังความคิดเห็นของพวกเขาอยู่เสมอ และปรับกลยุทธ์การขายของคุณเมื่อจำเป็น ซึ่งสิ่งนี้เป็นสิ่งสำคัญที่จะทำให้กลยุทธ์การขายของคุณประสบความสำเร็จ

การนำเคล็ดลับทั้ง 8 ข้อนี้ ไปปรับใช้ในการสร้างกลยุทธ์การขายให้กับธุรกิจของคุณได้ และที่สำคัญต้องมีการวัดผลอยู่เสมอ เพื่อตรวจสอบว่ากลยุทธ์การขายที่ใช้อยู่ได้ผลตามเป้าหมายที่วางไว้หรือไม่ และต้องทำการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้กลยุทธ์การขายของคุณนั้นมีประสิทธิภาพมากที่สุด

### บทที่ 3

#### แผนการปฏิบัติโครงการและขั้นตอนการดำเนินงาน

##### 3.1 แผนการปฏิบัติโครงการ

หัวข้องาน	เดือนที่ 1	เดือนที่ 2	เดือนที่ 3	เดือนที่ 4
ศึกษาข้อมูลของบริษัท	■			
ศึกษารูปแบบกลยุทธ์การขายสินค้า	■	■		
ศึกษาเกี่ยวกับการจัดทำโครงการ		■	■	
เสนอหัวข้อโครงการ			■	■
ดำเนินโครงการ			■	■
สรุปผลโครงการและข้อเสนอแนะ				■

ตารางที่ 3.1 แผนการปฏิบัติโครงการ

##### 3.2 ขั้นตอนการดำเนินงาน

หัวข้องาน	เดือนที่ 1	เดือนที่ 2	เดือนที่ 3	เดือนที่ 4
เรียนรู้การปฏิบัติงานขายเบื้องต้น	■			
ศึกษาข้อมูลผลิตภัณฑ์ของบริษัท	■	■		
ลงหน้าร้านเพื่อขายสินค้า		■	■	■
เก็บข้อมูลลูกค้า		■	■	■
สรุปผลของการดำเนินงาน				■

ตารางที่ 3.2 ขั้นตอนการดำเนินงาน

## ขั้นตอนการดำเนินงาน

### 1. เรียนรู้การปฏิบัติงานขายเบื้องต้น

เพื่อให้การขายเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ พนักงานขายต้องเข้าใจในกระบวนการขาย ซึ่งประกอบด้วย 6 ขั้นตอน คือ

- 1.1 แสวงหาลูกค้า (Prospect for customers)
- 1.2 วางแผนวิธีการเข้าหาลูกค้า (Plan the approach)
- 1.3 เสนอการขาย และ/หรือ การสาธิต (Make the presentation and/or demonstration)
- 1.4 แก้ไขข้อโต้แย้ง (Handle objections)
- 1.5 ปิดการขาย (Close the sale)
- 1.6 ติดตามผลการขาย (Follow-up)



ภาพที่ 3.1 กระบวนการขาย (Selling process)

### 1.1 แสวงหาลูกค้า (Prospect for customers)

ขั้นตอนการแสวงหาลูกค้าเป็นขั้นตอนแรกของกระบวนการขาย เป็นขั้นตอนในการพิจารณาโอกาสหรือช่องทางสำหรับการขายสินค้า มีวิธีการหลายวิธีในการที่พนักงานขายจะสามารถตรวจสอบหาช่องทางหรือโอกาส ซึ่งพนักงานขายจะต้องคัดเลือกลูกค้าที่คาดหวังว่าจะเป็นลูกค้าในอนาคตก่อนที่จะดำเนินการในขั้นตอนต่อไป

โดยลูกค้าที่คาดหวังควรมีความสามารถและมีอำนาจในการตัดสินใจซื้อ อาจพิจารณาจากความมั่นคงทางการเงิน ปริมาณการใช้สินค้าของธุรกิจ สถานที่ตั้ง เป็นต้น ดังนั้นพนักงานขายไม่ควรจะเสียเวลาที่จะใช้ความพยายามในการขายแก่ลูกค้าที่มีความเสี่ยงหรือไม่มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อ โดยสรุปขั้นตอนในการแสวงหาลูกค้าที่คาดหวังดังนี้

1. จำกัดความลูกค้าคาดหวัง ต้องกำหนดคุณสมบัติของลูกค้าคาดหวังหรือลูกค้าที่เป็นไปได้ เช่น มีอำนาจซื้อ เป็นผู้ตัดสินใจซื้อ มีความต้องการสินค้า เป็นต้น
2. ค้นหาลูกค้าคาดหวัง เมื่อกำหนดคุณสมบัติของลูกค้าคาดหวังแล้วก็ทำการค้นหาลูกค้าคาดหวังจากแหล่งข้อมูลต่างๆ
3. ทหารายละเอียดและกำหนดคุณสมบัติเฉพาะ พนักงานขายต้องทำการค้นหาข้อมูลของลูกค้าคาดหวังแต่ละรายให้ละเอียดและมากที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้ เพื่อเป็นการถ่วงน้ำหนักของลูกค้า
4. เปรียบเทียบคุณสมบัติของลูกค้าคาดหวังกับผลิตภัณฑ์ที่จะเสนอขาย เป็นการวางแผนกลยุทธ์ในการเข้าหาลูกค้าแต่ละรายเพื่อจะเลือกวิธีเสนอขายที่เหมาะสมและเป็นไปได้มากที่สุด

### 1.2 วางแผนวิธีการเข้าหาลูกค้า (Plan the approach)

ขั้นตอนต่อไปคือการเข้าหาลูกค้าที่คาดหวัง ซึ่งปัญหาคำคัญสำหรับขั้นตอนนี้คือการหาผู้ที่มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อ ซึ่งเป็นไปได้ยากที่จะรู้ พนักงานขายอาจหาข้อมูลของลูกค้าในเบื้องต้นก่อนศึกษาว่าลูกค้าที่คาดหวังมีความต้องการอะไรบ้าง

### 1.3 เสนอการขาย และ/หรือ การสาธิต (Make the presentation and/or demonstration)

หลังจากพนักงานขายสามารถเข้าถึงผู้ซื้อได้แล้ว ขั้นตอนต่อไปของกระบวนการขายคือการเสนอการขาย และ/หรือ การสาธิต วัตถุประสงค์ของขั้นตอนนี้คือการบอกหรือแสดงให้ลูกค้าคาดหวังทราบว่าผลิตภัณฑ์ของผู้ขายสามารถสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างไร นั่นคือพนักงานขายต้องแสดงให้เห็นประโยชน์ที่ลูกค้าจะได้รับจากการใช้ผลิตภัณฑ์ เช่น ต้นทุนที่ลดลง การทำงานที่ง่ายขึ้น เป็นต้น แล้วพนักงานขายจะบอกลูกค้าให้ทราบถึงคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่จะทำให้ลูกค้าได้รับประโยชน์เหล่านั้น ดังนั้นเพื่อให้สามารถประสบความสำเร็จในการเสนอการขาย พนักงานขายต้องรู้

- ความต้องการของลูกค้า
- วิธีการนำเสนอที่ทำให้ลูกค้ามีความสนใจ ตั้งใจ และสนใจพอที่จะชักจูงให้ลูกค้าตกลงใจซื้อ

การเสนอขายอาจเป็นได้ 3 รูปแบบ คือ

1. การเสนอขายที่มีลักษณะแน่นอน (The canned presentation)
2. การเสนอขายอย่างมีแบบแผน (The methodical presentation)
3. การเสนอขายแบบอิสระ (The free-form presentation)

การเสนอขายที่มีลักษณะแน่นอน คือ การที่พนักงานขายจะพูดหรือแสดงภาพประกอบตามลำดับที่เตรียมมาเพื่อให้มั่นใจว่าจะครอบคลุมทุกประเด็นที่ต้องการนำเสนอให้ลูกค้าทราบ รูปแบบการนำเสนอแบบนี้เหมาะสำหรับพนักงานขายมือใหม่หรือไม่มีประสบการณ์ และมักจะใช้รูปแบบการนำเสนอแบบนี้สำหรับผลิตภัณฑ์ที่มีราคาไม่สูง หรือสินค้าที่ขายตามบ้านหรือสินค้าที่ขายทางโทรศัพท์ รูปแบบการเสนอขายแบบนี้มีข้อเสียคือไม่สามารถปรับเปลี่ยนตามความต้องการของลูกค้าได้และเป็นการเสนอขายที่ไม่ค่อยน่าสนใจ

การเสนอขายอย่างมีแบบแผนเป็นรูปแบบที่ลูกค้าจะได้รับการกระตุ้นให้เกิดความสนใจในการนำเสนอ โดยมีรูปแบบที่มีแบบแผนรูปแบบนี้เป็นรูปแบบที่พนักงานขายมีความยืดหยุ่นในการนำเสนอการขายแต่ยังคงหลักการที่ตั้งไว้ พนักงานขายต้องมีความตื่นตัวอยู่ตลอดเวลาและมีการตอบสนองลูกค้า ดังนั้นพนักงานขายต้องรู้ว่าเมื่อใดที่จะนำเสนอขั้นต่อไปหรือย้อนกลับขั้นตอนก่อนหน้าโดยพิจารณาจากการตอบสนองของลูกค้า ดังนั้นพนักงานขายที่เสนอขายรูปแบบนี้จึงจำเป็นต้องได้รับการฝึกอบรม และมีประสบการณ์พอสมควร

การเสนอขายแบบอิสระ รูปแบบนี้จะไม่มีการกำหนดขั้นตอนหรือวิธีการไว้ชัดเจน พนักงานขายจะปรับเปลี่ยนรูปแบบและวิธีการตามความเหมาะสมกับลูกค้า โดยพนักงานขายจะพยายามค้นหาให้ทราบถึงความชอบในตัวผลิตภัณฑ์ของลูกค้า และต้องทำให้ได้ว่าคุณลักษณะอะไรของผลิตภัณฑ์ที่มีความสำคัญกับลูกค้า จะเห็นว่าการเสนอขายรูปแบบนี้ต้องอาศัยพนักงานขายที่มีประสบการณ์สูงที่จะสามารถควบคุมการเสนอขายรูปแบบนี้ได้ การฝึกอบรมพนักงานขายให้สามารถนำเสนอขายรูปแบบนี้จึงทำให้ยาก ต้องอาศัยศิลปะการขายมากกว่าศาสตร์ในการขาย เพราะไม่มีรูปแบบที่ตายตัวสำหรับรูปแบบนี้

#### 1.4 แก้ไขข้อโต้แย้ง (Handle objections)

โดยปกติเป็นไปได้ยากที่ลูกค้าจะตกลงใจซื้อทันทีที่การนำเสนอการขายเสร็จสิ้น ซึ่งมักจะมีปัญหาข้อสงสัย หรือโต้แย้งเกี่ยวกับการนำเสนอและผลิตภัณฑ์ที่ขาย ดังนั้นพนักงานขายต้องเตรียมการอย่างดีในการตอบสนองข้อโต้แย้งต่างๆ ที่อาจจะเกิดขึ้น ข้อโต้แย้งอาจเกิดขึ้นได้จากเหตุผลต่างๆ ดังนี้

- ไม่เห็นความจำเป็นที่จะต้องซื้อผลิตภัณฑ์ที่นำเสนอ

- ขาดข้อมูลข่าวสารที่เพียงพอ
- มีลักษณะชอบโต้แย้งตามธรรมชาติ
- ไม่ใช่ลูกค้าคาดหวังที่แท้จริง
- มีสัญชาติญาณในการต่อรอง
- มีความเป็นปรีภักษ์โดยส่วนตัว
- มีความผูกพันกับคู่แข่งของบริษัทอยู่

ลักษณะของข้อโต้แย้งเป็นได้หลายลักษณะเช่น

1. ข้อโต้แย้งเกี่ยวกับผู้ขาย (Source objections) คือ ลูกค้ามีความเป็นปรีภักษ์กับผู้ขายหรือพนักงานขาย
2. ข้อโต้แย้งเกี่ยวกับความจำเป็น (Need objections) เมื่อลูกค้าคาดหวังปฏิเสธว่าผลิตภัณฑ์ที่นำเสนอไม่มีความจำเป็นสำหรับลูกค้า นั่นอาจหมายความว่าลูกค้าไม่รู้จักผลิตภัณฑ์ดีพอ
3. ข้อโต้แย้งเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ (Product objections) คือ พนักงานขายควรรับฟังข้อโต้แย้งของลูกค้าและทำการอธิบายว่าผลิตภัณฑ์ของบริษัทสามารถที่จะแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าอย่างไร
4. ข้อโต้แย้งเกี่ยวกับเวลา (Timing objections) ลูกค้าอาจโต้แย้งว่ายังไม่มีเวลาจำเป็นต้องใช้ในตอนนี้ พนักงานขายต้องสร้างความรู้สึกถึงความจำเป็นที่ลูกค้าต้องใช้ผลิตภัณฑ์ในทันที
5. ข้อโต้แย้งเกี่ยวกับราคา (Price objections) ลูกค้าอาจโต้แย้งว่าราคาสูงเกินไป พนักงานขายควรเน้นให้ลูกค้าเห็นถึงคุณภาพและคุณค่าของผลิตภัณฑ์

### 1.5 ปิดการขาย (Close the sale)

หลังจากที่พนักงานขายได้ตอบข้อโต้แย้งต่างๆ ของลูกค้าจนครบถ้วนแล้ว ขั้นตอนต่อไปคือการปิดการขาย ซึ่งเป็นขั้นตอนที่ลูกค้าคาดหวังได้ตกลงใจที่จะซื้อสินค้าหรือบริการของบริษัทแล้ว ลูกค้าคาดหวังบางรายอาจไม่ได้บอกโดยตรงว่าตกลงใจซื้อ ดังนั้นจึงเป็นหน้าที่ของพนักงานขายที่จะถามลูกค้าเมื่อเห็นว่าลูกค้าพร้อมที่จะซื้อแล้ว ในการปิดการขายอาจทำได้หลายวิธี ได้แก่

- ถามโดยตรง โดยถามจากลูกค้าว่าตกลงใจจะซื้อหรือไม่ โดยใช้คำพูดที่เหมาะสม
- ถามทางอ้อม ว่าลูกค้าจะซื้อหรือไม่ เช่น ถามลูกค้าว่ารับสินค้าจำนวนเท่าไร

### 1.6 ติดตามผล (Follow-up)

หลังจากปิดการขายลงก็มีเชื่อว่าความรับผิดชอบของพนักงานขายจะสิ้นสุด สิ่งสำคัญอีกอย่างหนึ่งคือการติดตามผล พนักงานขายต้องตรวจสอบให้แน่ใจว่าลูกค้าได้รับสินค้าตามกำหนดหรือไม่ และลูกค้ามีความพึงพอใจในการใช้ตามที่ต้องการหรือไม่ ธุรกิจไม่ได้คาดหวังจะขายสินค้าเพียงครั้ง

เดียว ดังนั้นการติดตามผลจึงเป็นสิ่งสำคัญเพื่อให้เกิดการซื้อซ้ำ หากลูกค้ามีความพอใจในการบริการของพนักงานขายก็จะเต็มใจที่จะซื้อสินค้าและบริการจากบริษัทอีกต่อไป

## 2. ศึกษาข้อมูลผลิตภัณฑ์ของบริษัท

ผลิตภัณฑ์แบรนด์บีเคแอดเน่ (BK ACNE) มีทั้งหมด 3 กลุ่ม ได้แก่ BK ACNE, BK SENSI, BK BODY ซึ่งผลิตภัณฑ์แบรนด์บีเคแอดเน่ (BK ACNE) ที่มีวางขายในร้าน Beautrium สาขาเซ็นทรัลนครราชสีมา มีทั้งหมด 10 รายการ ได้แก่

1. มาส์กสิว BK Acne Balancing Mask โคลนมาร์กหน้าลดสิวสารสกัดจากธรรมชาติ



ภาพที่ 3.2 BK Acne Balancing Mask

2. คอนซีลเลอร์สิว BK Retouch Acne Concealer Pen คอนซีลเลอร์สิวในรูปแบบหัวปากกาซิลิโคน





### ภาพที่ 3.3 BK Retouch Acne Concealer Pen

3. BK Acne Loose Powder แป้งฝุ่นควบคุมความมันตลอดวัน บางเบาไม่อุดตันผิว เนื้อ



แป้งละเอียดโปร่งแสง สัมผัสเนียนนุ่มดูกระจ่างปิ๋ม

### ภาพที่ 3.4 BK Acne Loose Powder

4. BK Acne Serum Brightening Anti - Pollution เซรั่มลดสิว เข้มข้น คุมมันกันสิว 12 ชม. เซรั่มเข้มข้น คุมมันกันสิว



### ภาพที่ 3.5 BK Acne Serum Brightening Anti - Pollution

5. BK Sensi Foundation Acne BB SPF50+ PA++++ รองพื้นบีบี เพื่อคนเป็นสิวมิว  
 แพ้ง่าย 100% Non-chemical Sunscreen



ภาพที่ 3.6 BK Sensi Foundation Acne BB SPF50+ PA++++

6. BK Sensi Perfect Protection Sunscreen SPF50+ PA++++ กันแดดสูตรน้ำ เพื่อ  
 ผิวแพ้ง่าย 100% Non-Chemical Sunscreen อ่อนโยนแม้ผิวเด็ก



ภาพที่ 3.7 BK Sensi Perfect Protection Sunscreen SPF50+ PA++++

7. โฟมล้างหน้าลดสิว ผิวเคียด สูตรอ่อนโยน นวัตกรรมจากญี่ปุ่น BK Sensi Amino Perfect Relaxing Whip Foam



ภาพที่ 3.8 BK Sensi Amino Perfect Relaxing Whip Foam

8. คลื่นซิง BK มากกว่าสลายเมคอัพ แต่ไม่ทำร้ายผิว อ่อนโยน ดุดจับทุกสิ่งสกปรก สะอาดหมดจด ปราศจากความแห้งกร้าน



ภาพที่ 3.9 BK Sensi Perfect Rose Cleansing Water

9. ครีมลดรอยสิว เติมผิวชุ่มชื้น BK Acne Expert Filler Bright นวัตกรรม Corrector Peptide จากญี่ปุ่น ที่เข้ามาช่วยดูแลรอยหลุมสิวใหม่



ภาพที่ 3.10 BK Acne Expert Filler Bright

10. โลชั่นน้ำหอมสไตส์ฝรั่งเศส หูหრა เย้ายวน หอมยาวนานชวนนำหลงใหล ติดทนตลอดทั้งวัน ด้วย ENCAPSULATION TECHNOLOGY



ภาพที่ 3.11 BK ALL DAY GLOW PERFUME BODY LOTION



### 3. ลงหน้าร้านเพื่อขายสินค้า

- การลงพื้นที่หน้าร้าน Beautrium จะต้องมีการเตรียมความพร้อม ตรวจสอบเชลฟ์สินค้า จัดเรียงสินค้าให้เป็นระเบียบ เติมสินค้าและตรวจสอบอายุของสินค้า
- ให้คำแนะนำลูกค้าเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่ลูกค้าสนใจ แนะนำผลิตภัณฑ์ของบริษัทให้ลูกค้า
- เสนอขายสินค้าให้กับลูกค้า ไปจนถึงปิดการขาย
- สรุปยอดขายรายวันส่งทีม Sale



ภาพที่ 3.12 ลงพื้นที่หน้าร้าน Beautrium

<p>ลูสพาวเดอร์ = 1 (BAเชียร์) แถม โลชั่น 1</p> <p>ลูสพาวเดอร์ = 1 (BAเชียร์) เคลียร์เรล = 1 (BAเชียร์) คลีนซิ่ง = 1 (BAเชียร์) แถม ฟาวน์เดชั่น 1</p> <p>โฟมล้างหน้า = 1 (BAเชียร์) แถม โลชั่น 1 (แอดไลน์)</p> <p>อ่านแล้ว 20:37</p>	<p>คอนซิลเลอร์02 = 1 (หยิบเอง) มาสก์ = 1 (BAเชียร์) แถม โลชั่น 1</p> <p>กันแดด1+1 = 1 (BAเชียร์) เซรั่มแดง = 1 (BAเชียร์) แถม โลชั่น 1</p> <p>กันแดด1+1 = 1 (BAเชียร์) แถม โลชั่น 1 (แอดไลน์)</p> <p>โฟมล้างหน้า = 1 (BAเชียร์)</p> <p>คลีนซิ่ง = 3 (BAเชียร์)</p> <p>อ่านแล้ว 20:37</p>	<p>ลูสพาวเดอร์ = 1 (BAเชียร์) กันแดด = 1+1 (BAเชียร์) แถม โลชั่น1 ฟาวน์เดชั่น1 (แอดไลน์)</p> <p>คลีนซิ่ง = 1 (BAเชียร์) โฟมล้างหน้า = 1 (BAเชียร์) แถม โลชั่น1 (แอดไลน์)</p> <p>คอนซิลเลอร์03 = 1 (BAเชียร์) แถม โลชั่น1</p> <p>โฟมล้างหน้า = 1 (BAเชียร์) แถม โลชั่น1 ค่ะ</p> <p>อ่านแล้ว 20:52</p>
---	--	--

ภาพที่ 3.13 ตัวอย่างการสรุปยอดขายส่งทีม Sale

#### 4. เก็บข้อมูลลูกค้า

การเก็บข้อมูลลูกค้าหน้าร้านจะเป็นลักษณะถาม-ตอบ โดยจะจัดเก็บข้อมูลของลูกค้าในรูปแบบเอกสาร (document) โดยจะเก็บข้อมูลจำนวน 100 ชุด ซึ่งรูปแบบของข้อคำถามมีดังนี้

##### 1. เพศ

หญิง  ชาย

##### 2. ช่วงอายุ

ต่ำกว่า 20 ปี  20-30 ปี  
 31-40 ปี  มากกว่า 40 ปี

##### 3. รู้จักแบรนด์บีเคแอกเน่ (BK ACNE) หรือไม่

รู้จัก  ไม่รู้จัก

##### 4. เคยเห็นแบรนด์บีเคแอกเน่ (BK ACNE) ที่ไหน

Social  7-Eleven  
 Watsons  Beautrium  
 ไม่เคยเห็น

##### 5. เคยใช้สินค้าแบรนด์บีเคแอกเน่ (BK ACNE) หรือไม่

เคยใช้  ไม่เคยใช้

#### ตัวอย่าง รูปแบบการเก็บข้อมูล

- เพศชาย - อายุประมาณ 21ปี - รู้จัก BK ในเซเว่น - มีสิ่ว ผิวมัน - หากันแดด BANANA พาไปดูแลช่วยแนะนำกันแดดที่เหมาะสมกับคนเป็นสิ่วคือกันแดดBK (สนใจลองใช้)	- เพศชาย - อายุประมาณ 30-35 ปี - ไม่รู้จัก BK - เป็นสิ่ว - หากันแดดสิ่ว แนะนำเจลแต้มBK แต้มได้ทุกวัน ช่วยลดปวดลดการเกิดรอย (ลองใช้)	- เพศหญิง - อายุประมาณ 25 ปี - รู้จัก BK ในเซเว่น - เคยใช้BK แล้วแพ้ เป็นสิ่ว - หากันสิ่งกายนี่ แนะนำคีนี่ซึ่งBK ละบะฮาดอ่อนโยน ลดจุดคน ไม่แสบผิว (ลองใช้)
- เพศหญิง - อายุประมาณ 20-25 ปี - รู้จัก BK จากเซเว่น - มีสิ่วผิวมัน ไม่เคยใช้BK - หากันแดด แนะนำกันแดดBK ให้ลูกค้า เหมาะกับคนเป็นสิ่ว ไม่มีสารเคมีที่ทำร้ายผิว (ลองใช้)	- เพศหญิง - อายุประมาณ 20-22 ปี - รู้จักBK ในเซเว่น - มีสิ่ว ไม่เคยใช้BK - หากันกันแดด ดูกันแดดMizumi ให้คำแนะนำลูกค้า พาไปลองทดสอบกันแดดBK เนื่องจากแดดเกลี่ยง่ายไม่เหนอะปกป่องมีผิวจากแดดได้ดี (ซื้อใช้)	- เพศหญิง - อายุประมาณ 40-45 ปี - ไม่รู้จัก - มาหากันแดดของ รุฟารีบ ให้คำแนะนำลูกค้าว่าถ้าลงกันแดดไม่มีสีแล้วต้องลองพ่นอีกรอบเพื่อความเนียน พาลูกค้าไปลองทดสอบกันแดดผสมรองพื้นBK ทาตัวเดียวจบ (ลองใช้)
- เพศหญิง - อายุประมาณ 40-50 ปี - ไม่รู้จัก BK - ไม่มีสิ่ว - หากองพื้นแบบของอยากเอาไปลองใช้ก่อน สนใจรองพื้นของSola ให้คำแนะนำลูกค้า และพาลูกค้าไปลองทดสอบที่ร้านBK เป็นกันแดดผสมรองพื้นทาตัวเดียวจบ เบลอผิวได้ดี (ลองใช้)	- เพศหญิง - อายุประมาณ 25 ปี - รู้จัก BK เคยเห็นในเซเว่น - ไม่เคยใช้ เป็นสิ่ว - หากันฝั่งุ่นให้คุณแม่ แนะนำเบ้งBK คนไม่เป็นสิ่วก็ได้ไม่อุดตัน เช็ดผิวเนียน เหมาะกับผิวคนไทย และแนะนำกันแดดให้เพราะลูกค้าผิวแพ้ง่ายไวต่อแสง (ลองใช้)	- เพศชาย - อายุประมาณ 20-22 ปี - ไม่รู้จัก BK - เป็นสิ่ว รอยดำ - หากัน The skin collection แนะนำเซรั่มBK ช่วยลดการเกิดสิ่ว ผิวกระจ่าง เพิ่มความชุ่มชื้น แต่ราคาสูงไปซื้อไม่ไหว แนะนำเป็นใช้เคลียร์รลดแทนเพราะช่วยลดปวด สมนานแผลลดการเกิดรอยได้ (ลองใช้)

ภาพที่ 3.14 รูปแบบการเก็บข้อมูล

## บทที่ 4

### ผลการดำเนินงาน

#### 4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

จากแนวโน้มพฤติกรรมของผู้บริโภคในอนาคตพบว่า สังคมไทย ผู้บริโภคมองหาสินค้าหรือบริการที่มีคุณภาพและปลอดภัยมากขึ้น ที่สำคัญผู้บริโภคใช้เหตุผลในการตัดสินใจซื้อสินค้ามากขึ้น ลักษณะผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มเป้าหมายจึงเป็นกลุ่มที่มีกำลังซื้อปานกลางไปถึงสูง มีการตัดสินใจได้ด้วยตนเอง ดูแลสุขภาพรักสวยรักงาม เน้นสินค้าที่มีความคุ้มค่ากับราคาที่ต้องจ่าย

โครงการที่จัดทำคือ การเพิ่มยอดขายด้วย Beauty Assistant(BA) หรือการเพิ่มยอดขายด้วยพนักงานเชียร์ขายสินค้า ซึ่งเป็นหนึ่งในกลยุทธ์การขายโดยบุคคล ที่ส่งเสริมการเพิ่มยอดขายของสินค้าให้กับบริษัท อีกทั้งยังได้ทราบถึงพฤติกรรม กระบวนการ หรือขั้นตอนในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าขั้นสุดท้ายของลูกค้า ว่าตัดสินใจซื้อด้วยสาเหตุไหน โดยสรุปพบว่า พนักงานเชียร์ขายสินค้ามีส่วนในการโน้มน้าว ชักจูงให้ลูกค้าเกิดการเปลี่ยนใจเลือกซื้อสินค้าตามคำแนะนำของพนักงานเชียร์ขายสินค้า

#### พื้นที่ที่ดำเนินโครงการ “การเพิ่มยอดขายด้วย Beauty Assistant(BA)”

- ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

จังหวัดนครราชสีมา

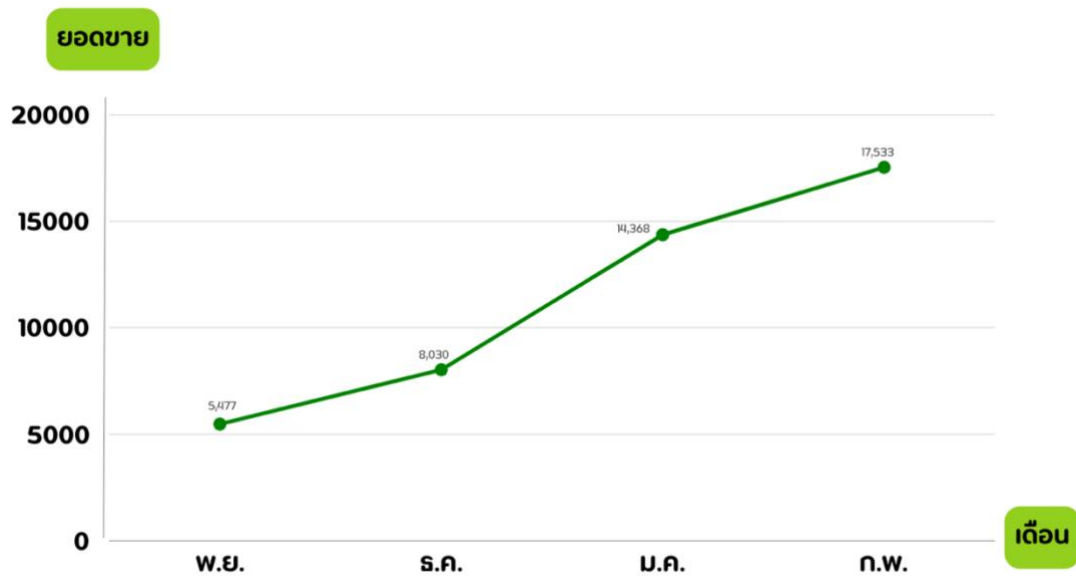
- พื้นที่ดำเนินงาน

ร้าน Beautrium สาขาเซ็นทรัลนครราชสีมา

#### 4.2 การวัดผล

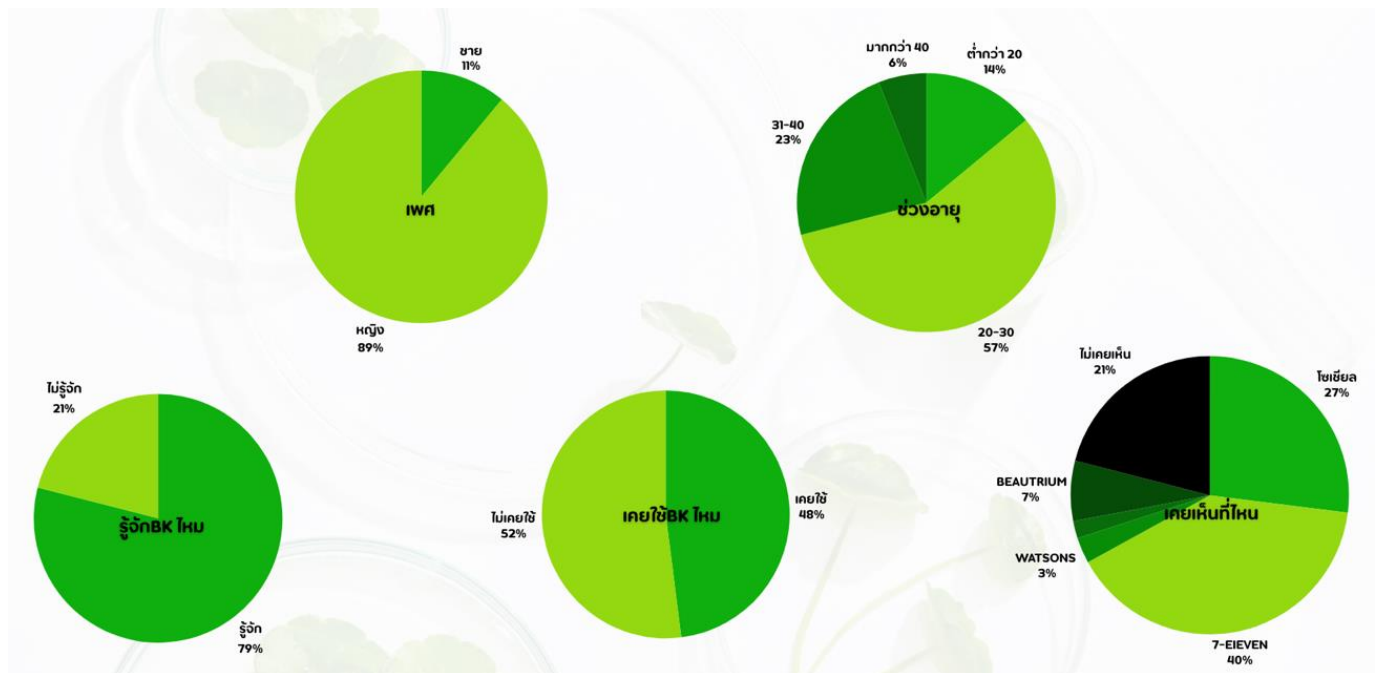
จากวัตถุประสงค์ของการจัดทำโครงการ การเพิ่มยอดขายด้วย Beauty Assistant(BA) เพื่อเป็นอีกทางเลือกหนึ่งในการเพิ่มยอดขายของผลิตภัณฑ์สกินแคร์และเครื่องสำอางแบรนด์บีเคแอกเน่ (BK ACNE) ซึ่งสามารถวัดผลจากยอดขายที่เพิ่มขึ้นได้จากการปฏิบัติงานตามโครงการ การเพิ่มยอดขายด้วย Beauty Assistant(BA) จังหวัดนครราชสีมา เขตพื้นที่ร้าน Beautrium สาขาเซ็นทรัลนครราชสีมา โดยกำหนดให้มีอัตราการเติบโตของยอดขายเพิ่มขึ้นจากยอดขายก่อนมีพนักงานเชียร์ขายต่อเดือน ในช่วงระยะเวลาของการดำเนินงาน

#### 4.3 ผลลัพธ์ของยอดขายผลิตภัณฑ์แบรนด์บีเคแอกเน่ (BK ACNE) ที่มีจำหน่ายในร้านค้า Beautrium สาขาเซ็นทรัลนครราชสีมา



ภาพที่ 4.1 ผลลัพธ์ของยอดขาย

#### 4.4 ผลการเก็บข้อมูลลูกค้าจำนวน 100 ชุด



ภาพที่ 4.2 ผลการเก็บข้อมูลจำนวน 100 ชุด



## บทที่ 5

### บทสรุปและข้อเสนอแนะ

#### 5.1 สรุปผลการดำเนินงาน

จากการดำเนินงานในหัวข้อโครงการ การเพิ่มยอดขายด้วย Beauty Assistant(BA) พบว่าการมีพนักงานเชียร์ขายสินค้าสามารถเพิ่มยอดขายได้จริง ซึ่งจากแกนชาร์ตผลลัพธ์ของยอดขาย ดังภาพที่ 4.1 สามารถสรุปได้ดังนี้ ในเดือนธันวาคมมียอดขายเพิ่มขึ้นจากเดือนพฤศจิกายนเป็นจำนวน 8,030 บาท หรือคิดเป็นอัตราการเติบโตอยู่ที่ร้อยละ 46.6 เดือนมกราคมมียอดขายเพิ่มขึ้นจากเดือนธันวาคมเป็นจำนวน 14,368 หรือคิดเป็นอัตราการเติบโตอยู่ที่ร้อยละ 78.9 เดือนกุมภาพันธ์มียอดขายเพิ่มขึ้นจากเดือนมกราคมเป็นจำนวน 17,533 บาท หรือคิดเป็นอัตราการเติบโตอยู่ที่ร้อยละ 22 โดยรวมการเติบโตของยอดขายเพิ่มขึ้นทุกเดือน และอัตราส่วนของการเติบโตยังเป็นไปตามที่กำหนดไว้

ผลการเก็บข้อมูลลูกค้าหน้าร้าน Beautrium สาขาเซ็นทรัลนครราชสีมา ในระยะเวลาของการดำเนินงาน ดังภาพที่ 4.2 พบว่า ลูกค้าที่ให้ข้อมูลเป็นเพศหญิงร้อยละ 89 รองลงมาคือเพศชาย ร้อยละ 11 ตามลำดับ ต่อมาเป็นข้อมูลช่วงอายุของลูกค้า พบว่า ลูกค้าอยู่ในช่วงอายุ 20-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 57 รองลงมาคือช่วงอายุ 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 23 รองลงมาคือช่วงอายุต่ำกว่า 20 ปี คิดเป็นร้อยละ 14 รองลงมาคือช่วงอายุมากกว่า 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 6 ตามลำดับ ต่อมาคือข้อความลูกค้ารู้จักแบรนด์บีเคแอกเน่ (BK ACNE) หรือไม่ ผลพบว่า ลูกค้ารู้จักแบรนด์บีเคแอกเน่ (BK ACNE) คิดเป็นร้อยละ 79 รองลงมาคือลูกค้าที่ไม่รู้จักแบรนด์บีเคแอกเน่ (BK ACNE) คิดเป็นร้อยละ 21 ตามลำดับ ต่อมาคือข้อความลูกค้าเคยใช้แบรนด์บีเคแอกเน่ (BK ACNE) หรือไม่ ผลพบว่า ลูกค้าไม่เคยใช้แบรนด์บีเคแอกเน่ (BK ACNE) คิดเป็นร้อยละ 52 รองลงมาคือลูกค้าที่เคยใช้แบรนด์บีเคแอกเน่ (BK ACNE) คิดเป็นร้อยละ 48 ต่อมาคือข้อความลูกค้าเคยเห็นแบรนด์บีเคแอกเน่ (BK ACNE) ที่ไหน ผลพบว่า ลูกค้าที่เคยเห็นแบรนด์บีเคแอกเน่ (BK ACNE) ใน 7-ELEVEN คิดเป็นร้อยละ 40 รองลงมาคือลูกค้าที่เคยเห็นแบรนด์บีเคแอกเน่ (BK ACNE) ใน Social คิดเป็นร้อยละ 27 รองลงมาคือลูกค้าที่ไม่เคยเห็นแบรนด์บีเคแอกเน่ (BK ACNE) คิดเป็นร้อยละ 21 รองลงมาคือลูกค้าที่เคยเห็นแบรนด์บีเคแอกเน่ (BK ACNE) ใน Beautrium คิดเป็นร้อยละ 7 รองลงมาคือลูกค้าที่เคยเห็นแบรนด์บีเคแอกเน่ (BK ACNE) ใน Watsons คิดเป็นร้อยละ 3 ตามลำดับ

## 5.2 สรุปผลการปฏิบัติงาน

### 1. ด้านคุณธรรมจริยธรรมในการปฏิบัติงาน

1.1 มีความซื่อสัตย์ต่อหน้าที่และงานที่ได้รับมอบหมาย ปฏิบัติงานด้วยความจริงใจ และไม่คดโกงหรือหลอกลวงผู้อื่น

1.2 มีความเสียสละ ในการทำงานร่วมกับผู้อื่น เห็นแก่ประโยชน์ส่วนรวมมากกว่าประโยชน์ส่วนตัว

1.3 มีความประหยัดในการทำงาน รู้จักอดออม ไม่ฟุ่มเฟือย คำนึงถึงความคุ้มค่าในการใช้ทรัพยากร

1.4 มีความขยันและอดทนในการทำงานเราจะต้องมีความมุ่งมั่นต่องานที่ได้รับมอบหมาย เพื่อให้งานนั้นบรรลุเป้าหมายตามที่ได้ตั้งไว้ เมื่อพบปัญหาหรืออุปสรรคในการทำงานให้นำปัญหาหรืออุปสรรคนั้นมาปรับปรุงและแก้ไขให้ดียิ่งขึ้น ซึ่งปัญหาหรืออุปสรรคเหล่านั้นจะเป็นบทเรียนที่ทำให้เราแข็งแกร่งและพร้อมที่จะก้าวสู่งานต่อไปได้อย่างมั่นคง

1.5 มีความรับผิดชอบต่องานที่ได้รับมอบหมาย ผู้ร่วมงาน ลูกค้า และสิ่งแวดล้อม

### 2. ด้านการเรียนรู้การทำงานในสถานประกอบการ

2.1 การบริหารจัดการในเรื่องส่วนตัวต่างๆ ให้แล้วเสร็จเพื่อให้ตนเองไปฝึกงานได้ตามเวลาที่สถานประกอบการกำหนด

2.2 ขั้นตอนการทำงานของสถานประกอบการ การติดต่อและสื่อสารกันระหว่างหน่วยงานภายในสถานประกอบการที่เป็นระบบ

2.3 ได้เพิ่มพูนทักษะการขายสินค้า การเจรจาโน้มน้าวให้คนสนใจ

2.4 แนวทางในการแก้ไขปัญหาต่างๆ ในการทำงาน

2.5 ได้เรียนรู้การทำงานร่วมกับบุคคลอื่น ในสถานประกอบการ

2.6 ทำให้เราได้รับความรู้ใหม่ๆ ที่นอกเหนือจากในบทเรียน สิ่งเหล่านี้เป็นประสบการณ์ที่มีค่าและสามารถนำไปใช้เมื่อเข้าทำงานจริงได้

2.7 ได้เรียนรู้ถึงสภาพการทำงาน สังคม และวัฒนธรรมจากสถานที่ประกอบการจริง

2.8 เพิ่มทักษะการเรียนรู้ระบบการทำงานในองค์กรรวมถึงการฝึกฝนให้เป็นคนช่างสังเกตและรู้จักปรับปรุงการพัฒนาการทำงานของตน

### 5.3 ข้อเสนอแนะจากการฝึกงาน

จากการจัดทำโครงการ “การเพิ่มยอดขายด้วย Beauty Assistant(BA)” พบว่าการมีพนักงานให้คำแนะนำและเชียร์ขายสินค้า โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเพิ่มยอดขาย ในการดำเนินงานครั้งนี้ ได้กำหนดกลุ่มเป้าหมายลูกค้าที่เข้ามาเลือกซื้อสินค้าในร้าน Beautrium สาขาเซ็นทรัลนครราชสีมา อย่างชัดเจน ดังนั้น จึงมีการวัดผลเพื่อให้ทราบว่า การดำเนินงานเป็นไปตามวัตถุประสงค์หรือไม่ แล้วนำกิจกรรมไปปรับปรุงในการจัดกิจกรรมครั้งต่อไปได้ ดังนั้นจึงมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. การกำหนดพฤติกรรมผู้บริโภคและกลุ่มเป้าหมายให้ครอบคลุม
2. การกำหนดให้มีทีม Sale ลงพื้นที่หน้าร้านเดือนละ 1-2 ครั้ง เพื่อประเมินสถานการณ์หน้าร้านและนำมาวิเคราะห์วางแผนแก้ไขปัญหา
3. ทำการวัดผลหลังการปฏิบัติงานทุกเดือนเพื่อให้ทราบว่าการปฏิบัติงานตรงตามวัตถุประสงค์หรือไม่

### บรรณานุกรม

- [1] ชรินทร์น แซ่เตีย (2556) “กลยุทธ์ในการเพิ่มยอดขายวัสดุก่อสร้าง บจก. ช.ก่อสร้าง อำเภอวาปีปทุม จังหวัดมหาสารคาม การศึกษาอิสระปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต.
- [2] รัฐติการต์ วิทยาภัทร์ (2555) “การวางแผนแนวทางเพื่อเพิ่มยอดขายการศึกษาอิสระปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- [3] พิสุทธิ อนุตรอังกฤษ (2554) “การวางแผนกลยุทธ์เพื่อเพิ่มยอดขายร้านค้า” การศึกษาอิสระปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- [4] ธนวรรณ แสงสุวรรณและคณะ. 2547. **การจัดการตลาด**. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น อินโดไชน่า.
- [5] Kotler, Philip. (1997). *Marketing Management Analysis, Planning, Implementation and Control*. P.172. 9th ed. New Jersey : A Simon & Schuster Company.

## ภาคผนวก

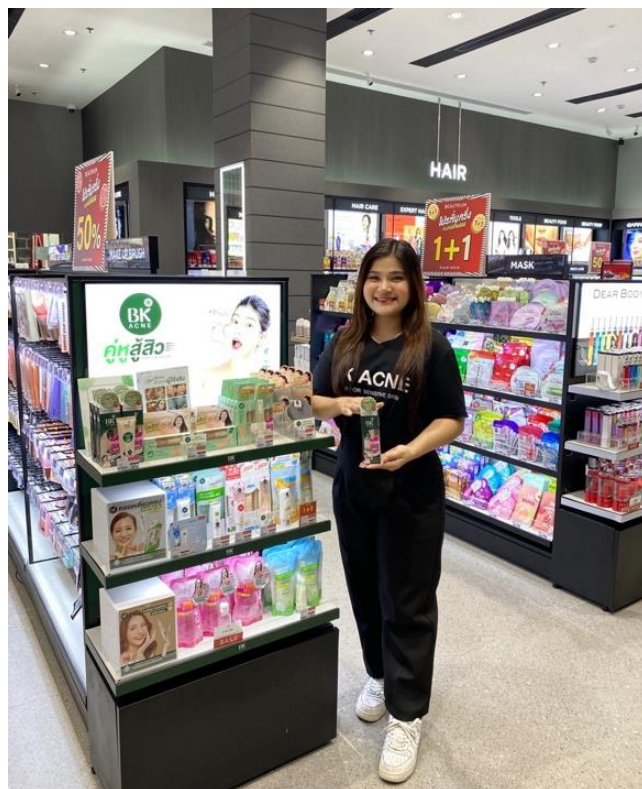
- การดำเนินงาน
- การปฏิบัติงานและกิจกรรมอื่นๆ ในระยะเวลาการฝึกสหกิจ

## ภาพการดำเนินงาน

### 1. ศึกษาข้อมูลผลิตภัณฑ์ของบริษัท



### 2. ลงหน้าร้านเพื่อให้คำแนะนำและเชียร์ขายสินค้า ร้าน Beautrium สาขาเซ็นทรัลนครราชสีมา



3. สรุปยอดขายรายวันส่งทีม Sale

<p>อ่านแล้ว 20:37</p> <p>ลูสพาวเดอร์ = 1 (BAเชียร์) แถม โลชั่น 1</p> <p>ลูสพาวเดอร์ = 1 (BAเชียร์) เคลียร์เรล = 1 (BAเชียร์) คลีนซิ่ง = 1 (BAเชียร์) แถม ฟาวน์เดชั่น 1</p> <p>โพมล้างหน้า = 1 (BAเชียร์) แถม โลชั่น 1 (แอดไลน์)</p>	<p>อ่านแล้ว 20:37</p> <p>คอนซิลเลอร์02 = 1 (หยิบเอง) มาส์ก = 1 (BAเชียร์) แถม โลชั่น 1</p> <p>กันแดด1+1 = 1 (BAเชียร์) เซรั่มแดง = 1 (BAเชียร์) แถม โลชั่น 1</p> <p>กันแดด1+1 = 1 (BAเชียร์) แถม โลชั่น 1 (แอดไลน์)</p> <p>โพมล้างหน้า = 1 (BAเชียร์)</p> <p>คลีนซิ่ง = 3 (BAเชียร์)</p>	<p>อ่านแล้ว 20:52</p> <p>ลูสพาวเดอร์ = 1 (BAเชียร์) กันแดด = 1+1 (BAเชียร์) แถม โลชั่น1 ฟาวน์เดชั่น1 (แอดไลน์)</p> <p>คลีนซิ่ง = 1 (BAเชียร์) โพมล้างหน้า = 1 (BAเชียร์) แถม โลชั่น1 (แอดไลน์)</p> <p>คอนซิลเลอร์03 = 1 (BAเชียร์) แถม โลชั่น1</p> <p>โพมล้างหน้า = 1 (BAเชียร์) แถม โลชั่น1 ค่ะ</p>
---	--	--

4. เก็บข้อมูลลูกค้าในรูปแบบเอกสาร (document)

<p>- เพศหญิง</p> <p>- อายุประมาณ 25 ปี</p> <p>- ไม่รู้จัก BK</p> <p>- ไม่เป็นสิว ผิวไม่มัน</p> <p>- ดูแบ่งฝูงนักร้อง ไม่เคยใช้มาตามริวิว ให้คำแนะนำลูกค้าและแนะนำแบ่งฝูงBK เนื้อแบ่งเนียนละเอียด เซ็ตรองพื้น ปรับผิวสว่าง ไม่เป็นคราบระหว่างวัน (ลองใช้)</p>	<p>- เพศหญิง</p> <p>- อายุประมาณ 35-40 ปี</p> <p>- ไม่รู้จักBK</p> <p>- ไม่เคลียร์เป็นสิว</p> <p>- ดูรองพื้นChamiss ใช้อยู่แล้ว มาลองเบอร์สีขาวยิ่ง หาคอนซิลเลอร์ แนะนำคอนซิลเลอร์BK ปกปิดรอยกระ ฟ้ำ ได้ตา ไม่ตก ร่อง (ซื้อใช้)</p>	<p>- เพศหญิง</p> <p>- อายุประมาณ 22-25 ปี</p> <p>- รู้จัก BK ในเซเว่น</p> <p>- มีสิ่ว ไม่เคยใช้BK</p> <p>- หาคอนซิลเลอร์ แนะนำคอนซิลเลอร์BK ปกปิดเนียนไม่ตก ร่อง ไม่อุดตัน ช่วยลดการอักเสบของสิ่ว (ลองซื้อใช้)</p>
<p>- เพศหญิง</p> <p>- อายุประมาณ 35-40 ปี</p> <p>- ไม่รู้จัก BK</p> <p>- ไม่เป็นสิ่ว</p> <p>- พาลูกมาซื้อของใช้ สอบถามลูกค้าไม่แต่งหน้า ไม่ใช้กันแดด แนะนำกันแดดBK ให้ลูกค้า เพราะการทากันแดดช่วยป้องกันและบำรุงไม่ให้ผิวโดนทำร้าย ไม่เกิดฝ้ากระได้ง่าย(ลูกค้าซื้อใช้)</p>	<p>- เพศหญิง</p> <p>- อายุประมาณ 25-30 ปี</p> <p>- รู้จัก BK ในวัตสัน, TikTok</p> <p>- ใช้มาสก์อยู่ มีสิ่ว</p> <p>- สนใจคอนซิลเลอร์ แนะนำเบอร์สีและให้ลูกค้าลองทดสอบ ใช้ปิดรอยบริเวณหน้า ลูกค้าลองแล้วรู้สึกปกปิดเนียนดี เนื้อไม่เยิ้ม ไม่อุดตัน ไม่ทำให้ตกร่องหรือเป็นคราบ (ซื้อใช้)</p>	<p>- เพศหญิง</p> <p>- อายุประมาณ 35-40 ปี</p> <p>- ไม่รู้จัก BK</p> <p>- ไม่มีสิ่ว</p> <p>- หากันแดดผสมรองพื้น กำลังดูของนักร้อง ให้คำแนะนำลูกค้า และพาลูกค้ามาลองฟาวน์เดชั่นBK ช่วยเบลอผิว ปรับผิวให้สว่าง เนื้อไม่หนักหน้า เนื้อสัมผัสเกลี่ยง่าย ผิวดูธรรมชาติ(ลองซื้อใช้)</p>
<p>- เพศชาย</p> <p>- อายุประมาณ 18 ปี</p> <p>- รู้จักBK ตามโซเชียล FB</p> <p>- มีสิ่ว หน้ามัน</p> <p>- หากันแดด ใช้กันแดดของลาโรซ ราคาสูงอยากลองเปลี่ยนกำลังดูกันแดดบานาน่า, เซนกะ แนะนำกันแดดBK ให้ลูกค้า เพราะอ่อนโยน ไม่มีสารเคมีอันตรายต่อผิวที่แพ้ง่าย (ลองใช้)</p>	<p>- เพศหญิง</p> <p>- อายุประมาณ 25-28 ปี</p> <p>- รู้จัก BK ในเซเว่น</p> <p>- เป็นสิ่วผิวมัน เคยใช้มาสก์</p> <p>- หากันแดด แนะนำกันแดดBK เป็นกันแดดที่เหมาะสมกับผิวอ่อนโยนแพ้ง่าย เนื้อกันแดดไม่เหนอะผิว ปลอดภัยไม่มีสารที่ทำให้อายุเกิดความร้อนและไวต่อแสง (ซื้อใช้)</p>	<p>- เพศหญิง</p> <p>- อายุประมาณ 35-40 ปี</p> <p>- ไม่รู้จัก BK</p> <p>- ไม่เป็นสิ่ว</p> <p>- หากันแดด แนะนำให้ลูกค้าลองทดสอบ ลูกค้าชอบเนื้อกันแดดไม่เหนียวเหนอะผิว เกลี่ยง่ายซึมไว (ซื้อใช้)</p>

<p>- เพศหญิง</p> <p>- อายุประมาณ 20 ปี</p> <p>- รู้จัก BK เห็นใน IG,FB</p> <p>- เป็นสิ่ว เคยใช้คอนซิลเลอร์ กับ ฟาวน์เดชัน</p> <p>- เปลี่ยนไปใช้คุชชั่นของ SKINTIFIC ตัวเดียวเพราะรู้สึกว่ามันเบาและเนียนกว่า</p>	<p>- เพศหญิง</p> <p>- อายุประมาณ 20 ปี</p> <p>- รู้จัก BK ในเซเว่น, IG</p> <p>- เป็นสิ่ว ไม่เคยใช้BK</p> <p>- ใช้เคลียร์โนส และสินค้าที่บาส์ แนะนำอยู่ยังไม่อยากเปลี่ยนไปใช้ตัวอื่น</p>	<p>- เพศหญิง</p> <p>- อายุประมาณ 21 ปี</p> <p>- รู้จัก BK ใน TikTok,FB</p> <p>- เป็นสิ่ว เคยใช้มาสก์BK ไม่หายแต่ดีขึ้น</p> <p>- ชอบกดสิ่ว แนะนำให้ลองใช้เคลียร์เรลเพราะช่วยลดปวด และสมานแผลได้ดี (ลองซื้อใช้)</p>
<p>- เพศหญิง</p> <p>- อายุประมาณ 40 ปี</p> <p>- ไม่รู้จัก BK</p> <p>- ไม่เป็นสิ่ว</p> <p>- กำลังหาเบ่งพีฟ สนใจเบ่งของ SIVANNA ลูกค้าให้ช่วยลองทดสอบ ทาแล้วสิ่วเบ่งโตดไม่กลืนผิว แนะนำเบ่งฝุ่นBK เพราะเนื้อเนียนละเอียดเหมาะกับทุกสิ่ว และแนะนำกันแดดเพิ่มเพราะลูกค้าไม่มีโชว์ร่งพื้น (ลูกค้าลองซื้อใช้)</p>	<p>- เพศหญิง</p> <p>- อายุประมาณ 16-18 ปี</p> <p>- รู้จัก BK ใน FB, TikTok</p> <p>- ไม่เคยใช้ สนใจคอนซิลเลอร์</p> <p>- ลูกค้าถามว่าคอนซิลเลอร์BK ต่างจากแบรนด์อื่นยังไง แนะนำลูกค้าว่าต่างตรงที่BK ทำออกมาเพื่อคนเป็นสิ่วผิวแพ้ง่ายโดยเฉพาะ นอกจากจะได้เรื่องการปกปิดที่ดีแล้วลูกค้าก็ไม่ต้องกังวลถึงเรื่องการอุดตันและเกิดสิ่วใหม่ๆเพิ่มขึ้นด้วย (ลองซื้อใช้)</p>	<p>- เพศหญิง</p> <p>- อายุประมาณ 20 ปี</p> <p>- รู้จัก BK จากเซเว่น</p> <p>- เป็นสิ่วผิวมัน เคยใช้มาสก์</p> <p>- แนะนำเซรั่มแดงช่วยบำรุง แต่ลูกค้ายังไม่สนใจเพราะใช้เซรั่มของ Yerpall อยู่ แต่ลูกค้าใช้สบู่นบนเนยในการล้างหน้าเพราะลองใช้มาหลายตัวแล้วแพ้ แนะนำให้ใช้คินซิ่งกับโฟมBK เพราะอ่อนโยน และไม่มีส่วนผสมของสารเคมีที่ทำร้ายผิว (ลองซื้อใช้)</p>
<p>- เพศหญิง</p> <p>- อายุประมาณ 25 ปี</p> <p>- รู้จักBK ตามโซเชียล FB</p> <p>- มีสิ่ว หน้ามัน</p> <p>- หากันแดด ใช้กันแดดของ Mizumi แนะนำกันแดดของBK แล้วแต่ยังไม่สนใจ</p>	<p>- เพศหญิง</p> <p>- อายุประมาณ 35-40ปี</p> <p>- ไม่รู้จัก BK</p> <p>- ไม่เป็นสิ่ว</p> <p>- แนะนำให้ลูกค้ารู้จัก BK ลูกค้าชอบแต่งหน้าแต่ไม่แต่งจัด แนะนำเบ่งฝุ่นลือกผิวให้ลูกค้า เพราะเหมาะกับผิวคนไทย (ลองซื้อใช้)</p>	
<p>- เพศหญิง</p> <p>- อายุประมาณ 20 - 21 ปี</p> <p>- รู้จักแบรนด์ BK ชื่อในเซเว่น</p> <p>- เคยใช้มาสก์ กับ ร่องพื้น</p> <p>- ใช้แล้วไม่มีผลอะไร เปลี่ยนใช้แบรนด์อื่นไปเรื่อยๆตามกระแส</p>	<p>- เพศหญิง</p> <p>- อายุประมาณ 19 – 21 ปี</p> <p>- รู้จักแบรนด์ BK</p> <p>- ใช้คินซิ่งของ BK อยู่</p> <p>- เคยใช้คอนซิลเลอร์ เลิกใช้ เพราะไม่ค่อยแต่งหน้า</p>	<p>- เพศหญิง</p> <p>- อายุประมาณ 19 - 20 ปี</p> <p>- รู้จักแบรนด์ BK ในเซเว่น</p> <p>- เคยใช้ BB ของ</p> <p>- เลิกใช้เพราะเนื้อหนา หนักหน้า</p>
<p>- เพศหญิง*</p> <p>- อายุประมาณ 16 ปี</p> <p>- รู้จักแบรนด์ BK ใน TikTok</p> <p>- ไม่มีงบ อยากลองใช้แบบของ</p> <p>- หน้าเป็นสิ่ว ดูแลหน้ายังไม่เป็น</p> <p>- แนะนำให้ลองใช้คินซิ่งทำความสะอาดหน้า จะได้ไม่อุดตัน เป็นสิ่วเพิ่ม ลูกค้าลองซื้อใช้</p>	<p>- เพศหญิง*</p> <p>- อายุประมาณ 35 -40 ปี</p> <p>- รู้จัก BK</p> <p>- ใช้คอนซิลเลอร์ของ Eucerin แต่ราคาแพง 990 บาท</p> <p>- แนะนำทดสอบคอนซิลเลอร์เบอร์ 02 แล้วชอบ ลูกค้าลองซื้อไปใช้</p>	<p>- เพศหญิง*</p> <p>- อายุประมาณ 19 - 20 ปี</p> <p>- รู้จัก BK เคยเจอในเซเว่น</p> <p>- ไม่เคยใช้</p> <p>- หาคินซิ่งของนี้เวีย</p> <p>- แนะนำคินซิ่ง BK เช็ดสะอาด ไม่บาดผิวลดการเกิดสิ่วเพิ่ม ลูกค้าลองซื้อใช้</p>
<p>- เพศหญิง*</p> <p>- อายุประมาณ 15 - 17 ปี</p> <p>- รู้จักแบรนด์ BK ในเซเว่น</p> <p>- หาคินซิ่งนี้เวีย</p> <p>- แนะนำคินซิ่งให้น้องลองทดสอบรู้สึกอ่อนโยน เช็ดง่าย ลองซื้อใช้</p>	<p>- เพศหญิง*</p> <p>- อายุประมาณ 20 - 22 ปี</p> <p>- รู้จักแบรนด์ BK</p> <p>- เคยใช้มาสก์</p> <p>- เลิกใช้เพราะไม่ค่อยเป็นสิ่ว แต่มีรอยนิตหนอยหลังจากเป็นสิ่วประจำเดือน</p> <p>- แนะนำคอนซิลเลอร์ให้ลูกค้าใช้ปกปิดรอย (สนใจลองซื้อใช้)</p>	<p>- เพศหญิง*</p> <p>- อายุประมาณ 30 - 35 ปี</p> <p>- ไม่รู้จักแบรนด์ BK</p> <p>- ไม่เคยใช้</p> <p>- หาคีมปกปิดบริเวณหลัง ที่ไม่ทำให้อุดตันเกิดสิ่ว</p> <p>- แนะนำลูกค้าลองทดสอบฟาวน์เดชัน ลูกค้ารู้สึกโอเคเนื้อเก๋เกี่ยง่ายไม่เหนอะผิว ลองซื้อใช้</p>



<p>- เพศชาย</p> <p>- อายุประมาณ 21ปี</p> <p>- รู้จัก BK ในเซเว่น</p> <p>- มีสิ่ว ผิวมัน</p> <p>- หากันแดด BANANA พาไปดูแลช่วยแนะนำกันแดดที่เหมาะสมกับคนเป็นสิ่วคือกันแดดBK (สนใจลองใช้)</p>	<p>- เพศชาย</p> <p>- อายุประมาณ 30-35 ปี</p> <p>- ไม่รู้จัก BK</p> <p>- เป็นสิ่ว</p> <p>- หาเจลแต้มสิ่ว แนะนำเจลแต้มBK แต้มได้ทุกวัน ช่วยลดปวดลดการเกิดรอย (ลองใช้)</p>	<p>- เพศหญิง</p> <p>- อายุประมาณ 25 ปี</p> <p>- รู้จัก BK ในเซเว่น</p> <p>- เคยใช้BK แล้วยแพ้ เป็นสิ่ว</p> <p>- หาคินซิงกานี่เย่ แนะนำคินซิงBK ลดระคายเคืองโยน ลดจุดด่างดำ ไม่แสบผิว (ลองใช้)</p>
<p>- เพศหญิง</p> <p>- อายุประมาณ 20-25 ปี</p> <p>- รู้จัก BK จากเซเว่น</p> <p>- มีสิ่วผิวมัน ไม่เคยใช้BK</p> <p>- หากันแดด แนะนำกันแดดBK ให้ลูกค้า เหมาะกับคนเป็นสิ่ว ไม่มีสารเคมีที่ทำร้ายผิว (ลองใช้)</p>	<p>- เพศหญิง</p> <p>- อายุประมาณ 20-22 ปี</p> <p>- รู้จักBK ในเซเว่น</p> <p>- มีสิ่ว ไม่เคยใช้BK</p> <p>- หากันแดด ดูกันแดดMizumi ให้คำแนะนำลูกค้า พาไปลองทดสอบกันแดดBK เนื้อกันแดดเกลี้ยงง่ายไม่เหนอะปกบ้องผิวจากแดดได้ดี (ซื้อใช้)</p>	<p>- เพศหญิง</p> <p>- อายุประมาณ 40-45 ปี</p> <p>- ไม่รู้จัก</p> <p>- มาหากันแดดของ จูฟ้าเอิร์บ ให้คำแนะนำลูกค้าว่าถ้าหากันแดดไม่มีสีแล้วต้องลองพ่นอีกรอบเพื่อความเนียน พาลูกค้าไปลองทดสอบกันแดดผสมรองพื้นBK ทาตัวเดียวจบ (ลองใช้)</p>
<p>- เพศหญิง</p> <p>- อายุประมาณ 40-50 ปี</p> <p>- ไม่รู้จัก BK</p> <p>- ไม่มีสิ่ว</p> <p>- หารองพื้นแบบของอยากเอาไปลองใช้ก่อน สนใจรองพื้นของSola ให้คำแนะนำลูกค้า และพาลูกค้าไปลองทดสอบแว่นกันแดดBK เป็นกันแดดผสมรองพื้นทาตัวเดียวจบ เบลอผิวได้ดี (ลองใช้)</p>	<p>- เพศหญิง</p> <p>- อายุประมาณ 25 ปี</p> <p>- รู้จัก BK เคยเห็นในเซเว่น</p> <p>- ไม่เคยใช้ เป็นสิ่ว</p> <p>- หาแป้งฝุ่นให้คุณแม่ แนะนำแป้งBK คนไม่เป็นสิ่วก็ใช้ได้ไม่อุดตัน เซ็ดผิวเนียน เหมาะกับผิวคนไทย และแนะนำกันแดดให้เพราะลูกค้าผิวแพ้ง่ายไวต่อแสง (ลองใช้)</p>	<p>- เพศชาย</p> <p>- อายุประมาณ 20-22 ปี</p> <p>- ไม่รู้จัก BK</p> <p>- เป็นสิ่ว รอยดำ</p> <p>- หาเซรั่ม The skin collection แนะนำเซรั่มแดงBK ช่วยลดการเกิดสิ่ว ผิวกระจ่าง เพิ่มความชุ่มชื้น แต่ราคาสูงไปซื้อไม่ไหว แนะนำเป็นใช้เคลียร์รลแทนเพราะช่วยลดปวด สมนานแผลลดการเกิดรอยได้ (ลองใช้)</p>

<p>- เพศหญิง</p> <p>- อายุประมาณ 27 ปี</p> <p>- รู้จัก BK เห็นในเซเว่น</p> <p>- ไม่เคยใช้ หน้าไม่เป็นสิ่วแต่ผิวมัน</p> <p>- หาแป้งฝุ่น แนะนำแป้งฝุ่นBK เซ็ดผิวคุมมันระหว่างวัน ไม่เป็นคราบ (ลองซื้อใช้)</p>	<p>- เพศหญิง</p> <p>- อายุประมาณ 25 ปี</p> <p>- รู้จัก BK ในโซเชียล FB,IG</p> <p>- ไม่เคยใช้BK มีสิ่วหน้ามัน</p> <p>- หาโฟมล้างหน้า สนใจโฟมล้างหน้าแบรนต์เดอ(Cher) แนะนำโฟมล้างหน้าBK ให้ลูกค้าเพราะอ่อนโยนเหมาะกับคนเป็นสิ่ว (ลองซื้อใช้)</p>	<p>- เพศหญิง</p> <p>- อายุประมาณ 40 ปี</p> <p>- รู้จัก BK เซเว่น,โซเชียล</p> <p>- ไม่เป็นสิ่ว</p> <p>- หาแป้งเจ้านาง มาตามวีวีวี</p> <p>- แนะนำแป้งฝุ่นBK เซ็ดผิวคุมมันระหว่างวันได้ดี เนื้อละเอียดปกปิดเนียน ซื้อใช้</p>
<p>- เพศหญิง</p> <p>- อายุประมาณ 20-25 ปี</p> <p>- รู้จัก BK จากเซเว่น</p> <p>- มีสิ่ว เคยใช้เซรั่มแดง เลิกใช้เพราะซื้อแต่ละครั้งกลิ่นไม่เหมือนเดิม</p> <p>- หากันแดด ใช้กันแดดของSOS แนะนำกันแดดBK เพราะเนื้อบางเบาไม่เหนอะ ไม่มีสารเคมี (ซื้อใช้)</p>	<p>- เพศหญิง</p> <p>- อายุประมาณ 23 ปี</p> <p>- รู้จักBK ในเซเว่น</p> <p>- มีสิ่วกรอบหน้า เคยใช้มาสก์</p> <p>- หาคินซิงกับแป้งฝุ่น ซ็อคคินซิง Mizumi หาแป้งฝุ่นคิรันท์ แนะนำแป้งBKเพราะลูกค้าเป็นสิ่ว ช่วยปกปิดเนียนคุมมัน ลดการเกิดสิ่ว (ซื้อใช้)</p>	<p>- เพศหญิง</p> <p>- อายุประมาณ 30-35 ปี</p> <p>- รู้จัก BK จากเซเว่น,โซเชียลFB</p> <p>- ไม่มีสิ่ว ใช้เซรั่มแดงอยู่</p> <p>- มาซื้อเซรั่มแดง แนะนำกันแดดเพิ่มเพราะลูกค้ามีฝ้ากระ จะช่วยปกป้องผิวจากแสงแดด ผิวสว่างขึ้นไม่คล้ำเสีย (ซื้อใช้)</p>
<p>- เพศชาย</p> <p>- อายุประมาณ 25-30 ปี</p> <p>- รู้จัก BK</p> <p>- มีสิ่ว ใช้คอลลอยด์อยู่</p> <p>- มาซื้อคอลลอยด์ แนะนำมาสก์สิ่วเพิ่มเพราะลูกค้าชอบดูแลผิวหน้า</p> <p>- มาสก์จะช่วยให้ลอก ลดการเกิดสิ่วใหม่ (ลูกค้าซื้อมาสก์ไปด้วย)</p>	<p>- เพศชาย</p> <p>- อายุประมาณ 35-40ปี</p> <p>- ไม่รู้จัก BK</p> <p>- ไม่เป็นสิ่ว ผิวมันมาก</p> <p>- หาโฟมล้างหน้า แนะนำโฟมล้างหน้าBK อ่อนโยน ผิวนุ่มขึ้นหน้าไม่แห้งตึง (ซื้อใช้)</p>	<p>- เพศชาย</p> <p>- อายุประมาณ 20-22 ปี</p> <p>- รู้จัก BK ในเซเว่น</p> <p>- เป็นสิ่ว ผิวแห้งง่าย</p> <p>- หากันแดดสำหรับผิวแห้งง่าย แนะนำกันแดดBK ให้ลูกค้าเพราะเป็น Physical Sunscreen ไม่มีสารเคมีอันตรายไม่ทำร้ายผิว (ซื้อใช้)</p>

<p>- เพศหญิง</p> <p>- อายุประมาณ 35-40 ปี</p> <p>- ไม่รู้จัก BK</p> <p>- มีฝ้ากระ</p> <p>- หากันแดด กำลังดูกันแดด BANANA BOAT ให้คำแนะนำ ลูกค้ำและแนะนำกันแดดBK ให้ ลูกค้ำ (ชื่อใช้)</p>	<p>- เพศหญิง</p> <p>- อายุประมาณ 18-20 ปี</p> <p>- รู้จักBK เห็นในเซเว่น</p> <p>- ผิวมัน ไม่เคยใช้BK</p> <p>- หาคสินค้า กำลังดูสินค้ากานีเย่ สอบถามสภาพผิวลูกค้ำและ แนะนำคสินค้าBK อ่อนโยนเซ็ด สะอาดไม่บาดผิว (ลองใช้)</p>	<p>- เพศหญิง</p> <p>- อายุประมาณ 25-30 ปี</p> <p>- ไม่รู้จักBK</p> <p>- มีสิ่ว</p> <p>- หาคสินค้ากำลังดู JUV กับ Mizumi ให้คำแนะนำลูกค้ำและ แนะนำคสินค้าBK เหมาะกับผิว เป็นสิ่วแพ้ง่าย (ชื่อใช้)</p>
<p>- เพศหญิง</p> <p>- อายุประมาณ 30-35 ปี</p> <p>- ไม่รู้จักBK</p> <p>- ไม่มีสิ่ว</p> <p>- กำลังดูของพื้น L'OREAL กับ MESANE ลูกค้ำขอคำแนะนำตัว โทนเนื้อเบาว่ากัน ให้คำแนะนำ ลูกค้ำและแนะนำBBรองพื้นBK ให้ลูกค้ำ เนื้อเบาเกลี่ยง่ายไม่เป็น คราบ (ลองใช้)</p>	<p>- เพศหญิง</p> <p>- อายุประมาณ 20 - 22 ปี</p> <p>- รู้จักBK เห็นในเซเว่น</p> <p>- ไม่มีสิ่ว</p> <p>- หากันแดด กำลังดูกันแดดศรีจันทร์ ให้คำแนะนำลูกค้ำ แนะนำกันแดดBK ให้ลูกค้ำ ลอง เทสเนื้อกันแดดแล้วไม่เหนอะผิว ป้องกันผิวจากแดดได้ดี (ชื่อใช้)</p>	<p>- เพศหญิง</p> <p>- อายุประมาณ 15 ปี</p> <p>- ไม่รู้จักBK</p> <p>- มีสิ่ว ผิวมันเล็กน้อย</p> <p>- หาสบู่ล้างหน้า แนะนำโฟมล้าง หน้าBK ให้ลูกค้ำ ฟองโฟมนุ่ม ล้างหน้าสะอาดไม่ทิ้งสารตกค้าง บนหน้า หน้าไม่แห้งตึงและช่วย ให้ผิวหน้ากระจ่างใสขึ้น (ลองใช้)</p>

<p>- เพศหญิง</p> <p>- อายุประมาณ 20-25 ปี</p> <p>- รู้จัก BK ในเซเว่น ไม่เคยใช้</p> <p>- มีสิ่ว รอย</p> <p>- ใช้คอนซิลเลอร์Sasi อยู่แต่ เป็นชวยอยากลองใช้ตัวอื่น แนะนำคอนซิลเลอร์BK ปกปิด เนียนไม่อุดตัน เหมาะกับคนเป็น สิ่ว (สนใจลองใช้)</p>	<p>- เพศหญิง</p> <p>- อายุประมาณ 30-35 ปี</p> <p>- ไม่รู้จัก BK</p> <p>- ไม่เป็นสิ่ว</p> <p>- หารองพื้น สนใจรองพื้นCathy Doll ให้คำแนะนำลูกค้ำ แนะนำ BKฟาวน์เดชั่นให้ลูกค้ำ เป็นรอง พื้นกันแดด เนื้อเนียนเกลี่ยง่าย ใช้จบในหลอดเดียว(ลองใช้)</p>	<p>- เพศหญิง</p> <p>- อายุประมาณ 60 ปี</p> <p>- ไม่รู้จักBK ไม่มีสิ่ว</p> <p>- ทาบลิซซอนเนื้อครีม ดินสอ เขียนคิ้ว ขอคำแนะนำ พา ลูกค้ำ ไปดูบลัชออนและดินสอเขียนคิ้ว สอบถามลูกค้ำเพิ่มเติม แล้ว แนะนำกันแดดBK เพราะลูกค้ำ ใช้แค่แป้งพัฟ (ชื่อใช้)</p>
<p>- เพศหญิง</p> <p>- อายุประมาณ 20-22 ปี</p> <p>- รู้จัก BK จาก TikTok</p> <p>- มีสิ่วนิดหน่อย มีรอยสิ่ว</p> <p>- มาซื้อแป้งฝุ่น สนใจแป้งเจ้า นาง แนะนำแป้งฝุ่นBK ให้ลูกค้ำ ช่วยเซ็ดผิว คุมมัน ไม่อุดตันและ ลดการเกิดสิ่วอีกด้วย ลูกค้ำลอง เทสแล้วชอบ เนื้อเนียนละเอียด (ลองใช้)</p>	<p>- เพศหญิง</p> <p>- อายุประมาณ 25-30 ปี</p> <p>- ไม่รู้จักBK</p> <p>- มีสิ่วและรอย ไม่เคยใช้BK</p> <p>- หาคูซันตัวใหม่ ปกติใช้คูซัน Derra แต่รู้สึกปกปิดไม่เนียน แนะนำคอนซิลเลอร์BK ให้ลูกค้ำ ใช้ปกปิดบริเวณที่มีรอยหนักๆ ก่อนแล้วค่อยใช้คูซันกลบอีกที เพื่อให้เนียนกว่าเดิม (ชื่อใช้)</p>	<p>- เพศหญิง</p> <p>- อายุประมาณ 18 ปี</p> <p>- รู้จัก BK เคยเห็นในเซเว่น</p> <p>- เป็นสิ่วนิดหน่อย หน้ามัน</p> <p>- หาคูซันให้น้องน้องมีสิ่วอยาก ได้ปกปิด สนใจคูซัน Chamiss ขอคำแนะนำ แนะนำลูกค้ำ เกี่ยวกับคูซัน และแนะนำฟาวน์ เดชั่นBK ให้ลูกค้ำ เหมาะกับผิว แพ้ง่าย ปกปิด ไม่อุดตัน (ลองใช้)</p>

<p>- เพศหญิง</p> <p>- อายุประมาณ 21 ปี</p> <p>- รู้จัก BK เห็นใน TikTok</p> <p>- ไม่เคยใช้ หน้าไม่เป็นสิว</p> <p>- กำลังหาสินค้าของกานีเย แนะนำให้ลูกค้าลองใช้คัสตินซิ่ง BK อ่อนโยน เช็ดสะอาด ไม่แสบหน้า (ลองซื้อใช้)</p>	<p>- เพศหญิง</p> <p>- อายุประมาณ 16-18 ปี</p> <p>- รู้จัก BK คุณแม่พาใช้</p> <p>- เคยใช้เคลียร์เรล กับ ครีมบำรุง (หลอดเขียว)</p> <p>- หยุดใช้เพราะระหว่างใช้BK ใช้ครีมยี่ห้ออื่นด้วยแล้วเกิดอาการแพ้ ไปหาหมอ หมอแนะนำให้หยุดใช้ทั้งหมด แล้วใช้ ยี่ห้อ Ezerra แทน</p>	<p>- เพศหญิง</p> <p>- อายุประมาณ 20 ปี</p> <p>- รู้จักจากในเซ่วน กับ TikTok</p> <p>- ไม่เคยใช้สินค้า BK มีปัญหาผิว</p> <p>- ใช้ยี่ห้อ Oxecure</p> <p>- แนะนำ เคลียร์เรล กับ คัสตินซิ่ง (ลองซื้อใช้)</p>
<p>- เพศหญิง</p> <p>- อายุประมาณ 25-30 ปี</p> <p>- รู้จัก BK จากเซ่วน</p> <p>- เคยใช้ยี่ห้อของ มีสิวลเล็กน้อยหน้าคล้ำ</p> <p>- แนะนำเซ่วนกับฟาวน์เดชั่นยังไม่สนใจใช้ยี่ห้อ น้องฉัตร อยู่</p>	<p>- เพศหญิง</p> <p>- อายุประมาณ 25-28 ปี</p> <p>- ไม่รู้จัก BK</p> <p>- หน้ามัน มีสิวลเล็กน้อย</p> <p>- กำลังหาแบ่งฝุ่น มีแบ่งฝุ่นยี่ห้อ Cute Press เป็นตัวเลือก แนะนำแบ่งฝุ่น BK ลดสิวลคุมมัน (ลองซื้อใช้)</p>	<p>- เพศหญิง</p> <p>- อายุประมาณ 25-28 ปี</p> <p>- รู้จัก BK จากเซ่วน</p> <p>- เคยใช้ BB รองพื้น</p> <p>- ใช้แล้วระหว่างวันรู้สึกหน้าเซวระ มีความเยิ้มเลยเลิกใช้</p>
<p>- เพศหญิง</p> <p>- อายุประมาณ 25-30 ปี</p> <p>- รู้จัก BK จากเซ่วน</p> <p>- เคยใช้ยี่ห้อของ มีสิวลเล็กน้อยหน้าคล้ำ</p> <p>- แนะนำเซ่วนกับฟาวน์เดชั่นยังไม่สนใจใช้ยี่ห้อ น้องฉัตร อยู่</p>	<p>- เพศหญิง</p> <p>- อายุประมาณ 35-40ปี</p> <p>- ไม่รู้จัก BK</p> <p>- ไม่เป็นสิว</p> <p>- แนะนำให้ลูกค้ารู้จัก BK ลูกค้าชอบแต่งหน้าแต่ไม่แต่งจัด แนะนำแบ่งฝุ่นลอกผิวให้ลูกค้า เพราะเหมาะกับผิวคนไทย (ลองซื้อใช้)</p>	<p>- เพศหญิง</p> <p>- อายุประมาณ 35-40 ปี</p> <p>- ไม่รู้จัก BK</p> <p>- ไม่เป็นสิว</p> <p>- ลูกค้าชอบแต่งหน้า แนะนำฟาวน์เดชั่น เพราะเนื้อเก็ลล้างยากปิดเนียน (ลองซื้อใช้)</p>

#### บิวเทรียม

<p>- เพศหญิง</p> <p>- อายุประมาณ 20-25 ปี</p> <p>- รู้จัก BK ในFacebook,IG</p> <p>- ผิวมัน มีสิวลเล็กน้อย</p> <p>- หากันแดดใช้กันแดด Biore อยู่</p> <p>- อยากลองใช้กันแดดที่เป็นโชนอัพ ปรับผิวให้สว่างขึ้น แนะนำกันแดดBK และให้ลูกค้าลองทดสอบ เนื้อกันแดดปรับผิวสว่าง แต่บางเบาไม่เหนอะผิว (ลองใช้)</p>	<p>- เพศหญิง</p> <p>- อายุประมาณ 25 ปี</p> <p>- รู้จัก BK ในFacebook</p> <p>- มีสิวลเล็กน้อย</p> <p>- ดูรองพื้น Maybelline แต่ไม่มีเทสเตอร์ ดูรีวิวมาอยากได้รองพื้นที่ทำให้น้ำวาว ให้คำแนะนำลูกค้าและแนะนำ BBฟาวน์เดชั่นBKให้ลูกค้า ลูกค้าสนใจจะลองใช้ หยิบใส่ตะกร้าไปแล้ว แต่ไปดูข้อมูลในเน็ตเพิ่ม ลูกค้าเอาBBกลับมาวางที่เดิม</p>	<p>- เพศหญิง</p> <p>- อายุประมาณ 20-25 ปี</p> <p>- รู้จักBK เห็นในเซ่วน</p> <p>- มีสิวลผิวมัน รุขมขนกว้าง</p> <p>- หากันแดด แนะนำกันแดดBK ให้ลูกค้า ลองทดสอบเนื้อกันแดดแล้ว ลูกค้ายังไม่ค่อยชอบ อยากได้กันแดดที่เป็นเนื้อเซ่วนมากกว่าเพราะรู้สึกบางเบา ซึมไว ไม่เหนอะผิว</p>
<p>- เพศหญิง</p> <p>- อายุประมาณ 30 ปี</p> <p>- ไม่รู้จัก BK มีผิวกะ</p> <p>- มาซื้อของใช้ กำลังดูคอนซิลเลอร์ของ Cathy Doll ช่วยลูกค้าเลือก แนะนำคอนซิลเลอร์BK ให้ลูกค้า ไม่อุดตันผิว ปกปิดเนียนระหว่างวันไม่ตกร่อง (ลองใช้)</p>	<p>- เพศหญิง</p> <p>- อายุประมาณ 16-18 ปี</p> <p>- รู้จักBK เห็นในเฟส มีสิวล ผิวมัน</p> <p>- มาซื้อของใช้ กำลังหาโชนเนอร์</p> <p>- ลูกค้าขอคำแนะนำ แนะนำแบรนด์ Thayers และ Cetaphil ให้ลูกค้า และแนะนำให้ลูกค้าใช้เซ่วนแต่งBK ร่วมด้วย เพื่อเห็นผลดียิ่งขึ้น (ลองใช้)</p>	<p>- เพศหญิง</p> <p>- อายุประมาณ 18-20 ปี</p> <p>- มีสิวล รอยดำจากสิวล</p> <p>- หาคัสตินซิ่ง กานีเย ลูกค้าอยากได้ขวดเล็กพกพา แนะนำคัสตินซิ่งBK ให้ลูกค้า เช็คเครื่องสำอางสะอาด ไม่บาดผิวไม่แสบรอบดวงตาและผิวบริเวณที่ขอบบาง (ซื้อใช้)</p>

## การปฏิบัติงานและกิจกรรมอื่นๆ ในระยะเวลาการฝึกสหกิจ

---

### 1. ออกบูธขายสินค้า ตึก The TARA สำนักงานใหญ่แจ้งวัฒนะ ครั้งที่ 1



2. ออกบูธขายสินค้า ตึก The TARA สำนักงานใหญ่แจ้งวัฒนะ ครั้งที่ 2





3. ออกบูธขายสินค้า ตึก The TARA สำนักงานใหญ่แจ้งวัฒนะ ครั้งที่ 3



4. ภาคสนาม





5. ภาพ LIVE ขายสินค้า





6. ศึกษาความรู้ทั่วไป



7. แพ็คของขวัญ GIFT SET ส่งท้ายปี





8. กิจกรรมทางการตลาด นำเสนอเทรนที่น่าสนใจ



9. เขียนบทความ รีวิวสินค้า

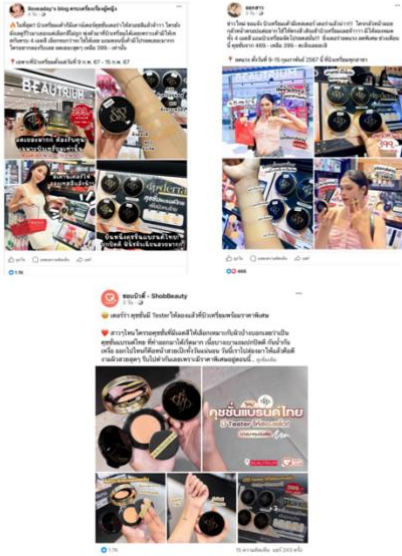


# 10. หาข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมลูกค้าและ Ads.ที่น่าสนใจ

สินค้าที่จะขาย beautyrium และ eveandboy ถ้ามีการทำคลิปหรือ Ads. แบบไหนบ้าง เพื่อแจ้งให้ลูกค้ารู้ว่าสินค้าที่เจ๊วางขาย

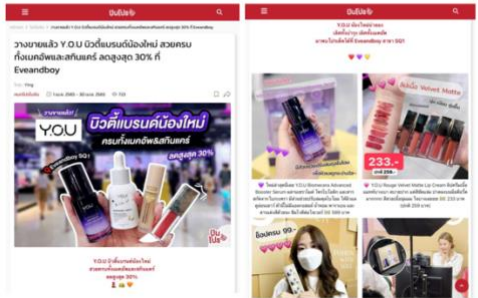
**Beautyrium ตัวอย่างแบรนด์ Derra**

ลูกค้าแบรนด์ Derra ที่จะวางขายในบิวเทรียม มีการโฆษณาผ่านช่องทางต่างๆ ที่เกี่ยวกับความงาม สินค้าแบรนด์หรือโลโก้ใหม่ๆ ที่น่าใช้



**Eveandboy ตัวอย่างแบรนด์ Y.O.U**

แบรนด์ Y.O.U โฆษณาผ่านเว็บไซต์ของแบรนด์ ว่ามีการวางขายสินค้าแบรนด์ที่หน้าร้านบิวเทรียม รวมถึงแจ้งไปโซเชียลผ่านคอนเทนต์วีดีโอ เพื่อแจ้งให้ลูกค้าแบรนด์สินค้าและเว็บไซต์สินค้า



## พฤติกรรมผู้บริโภคบิวเทรียม (Beautyrium)

- พฤติกรรมผู้บริโภคในปัจจุบัน**
- ผู้บริโภคมองหาประสบการณ์พิเศษจากแบรนด์มากกว่าพื้นฐานทั่วไป
    - สะดวก รวดเร็ว
    - มีทางเลือกในการใช้จ่ายที่หลากหลาย
    - ได้รับประสบการณ์การช้อปปิ้งที่ดี
  - ผู้บริโภคต้องการแบรนด์ที่ติดตามใจตัวเอง เช่น การซื้อของที่ชอบ การกิน การท่องเที่ยว
  - Gen Y เน้นใช้ของฟุ่มเฟือย และสินค้าที่มีคุณภาพ(แม้ราคาสูง)
  - Gen Z สนใจแบรนด์ที่แตกต่าง ภาพลักษณ์ของแบรนด์เป็นสิ่งสำคัญในการตัดสินใจเลือกซื้อ

## เทรนด์พฤติกรรมผู้บริโภค

- ให้ความสำคัญกับเรื่องคุณภาพ
- ชอบทดลองแบรนด์สินค้าใหม่สินค้าใหม่
- อยากรู้ไปที่มาของสินค้า

## Beautyrium ผนึก The 1 กลยุทธ์การโซลูชันลูกค้าด้วย CRM

Beautyrium ร่วมมือกับ the 1 เพื่อเป็นนายใหญ่ในการแลกเปลี่ยนฐานลูกค้า ซึ่งทาง The 1 มีฐานลูกค้าใหญ่ถึง 15 ล้านราย สามารถสะสมแต้มที่นี้ได้ เป็นการขยายการให้บริการนอกเหนือเชนทรัล ทาง Beautyrium เองก็จะได้อานิสงส์ด้วยกว่าได้ลูกค้ากลุ่มใหม่ๆ มากขึ้น ส่วนใหญ่เป็นกลุ่ม 25 ปีขึ้นไปที่มีกำลังซื้อ ส่วนทาง Beautyrium มีฐานลูกค้ากลุ่มใหญ่เป็นกลุ่ม First Jobber และวัยรุ่นนักเรียนนักศึกษา เป็นกลุ่มที่ทางซิมหรือต้องขยายไปยังกลุ่มลูกค้าดังกล่าวมากขึ้น

## การใช้ The 1 Card ในบิวเทรียม

- สามารถสะสมคะแนน The 1 จากกลุ่มธุรกิจไนเช่เทรลและพันธมิตรอื่นๆ แล้วนำมาแลกเปลี่ยน ส่วนลดและสิทธิพิเศษต่างๆ ที่ร้านบิวเทรียมได้
- ทุกการซื้อไปร้านบิวเทรียม 25 บาท จะได้รับ 11 คะแนน สามารถแลกเปลี่ยนส่วนลดเพื่อซื้อในบ้าน บิวเทรียมครั้งต่อไปได้





## 11. กิจกรรมส่งท้ายปี บริษัท บางกอก เฮลท์ กรุ๊ป จำกัด



## ประวัติย่อผู้จัดทำโครงการ



ชื่อ-นามสกุล	นางสาวนันทิชา ควบพิมาย
วัน/เดือน/ปีเกิด	7 มิถุนายน 2544
ที่อยู่	138 หมู่2 ตำบลเมืองพลับพลา อำเภอห้วยแถลง จังหวัดนครราชสีมา 30240
โทรศัพท์	083-240-9697
อีเมล	Nkhuabphimai@gmail.com
สาขาวิชา	การตลาด
หลักสูตร	บริหารธุรกิจบัณฑิต
ประวัติการศึกษา	มัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนกาญจนาภิเษกวิทยาลัย ชัยภูมิ มัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนกาญจนาภิเษกวิทยาลัย ชัยภูมิ ประถมศึกษา โรงเรียนแก้งเต็ก