




นโยบายบริษัท (Company Policy)

---

**เรื่อง : การขายและการตลาด**  
**(Sales and Marketing Policy)**


เลขที่เอกสาร : P-COM-031

นโยบายบริษัทเรื่องการขายและการตลาด ฉบับนี้ ผ่านการอนุมัติ โดยมติที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท  
ให้มีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2568 เป็นต้นไป

	<b>นโยบายบริษัท</b> <b>เรื่อง การขายและการตลาด</b>		เลขที่เอกสาร P-COM-031
	ชั้นความลับ : ข้อมูลใช้ภายในองค์กรเท่านั้น	แก้ไขครั้งที่ : 00	หน้า 2 จาก 6

## สารบัญ

ส่วนที่	เรื่อง	หน้าที่
ส่วนที่ 1	บทนำ	3
ส่วนที่ 2	ขอบเขต	3
ส่วนที่ 3	นโยบาย	3
ส่วนที่ 4	ทะเบียนควบคุมเอกสาร	6

	<b>นโยบายบริษัท</b> <b>เรื่อง การขายและการตลาด</b>		เลขที่เอกสาร P-COM-031
	ชั้นความลับ : ข้อมูลใช้ภายในองค์กรเท่านั้น	แก้ไขครั้งที่ : 00	หน้า 3 จาก 6

## ส่วนที่ 1 บทนำ

บริษัท คิน คอร์ปอเรชั่น จำกัด (“บริษัท”) ได้ให้ความสำคัญอย่างยิ่งในการกระบวนขายและการตลาดจึงได้ประกาศนโยบายการขายและการตลาดของบริษัท โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้กระบวนการขายและการตลาด เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล และเพื่อใช้เป็นแนวทางปฏิบัติงานเป็นไปในทิศทางเดียวกัน อันก่อให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืนของบริษัท โดยสร้างความเชื่อมั่นต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียผ่านการดำเนินงาน ที่โปร่งใส เป็นธรรมและตรวจสอบได้

## ส่วนที่ 2 ขอบเขต

ครอบคลุมการกำหนดนโยบายของการขายและการตลาดทุกประเภทที่อยู่ภายใต้กระบวนการทำงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องภายใน บริษัท คิน คอร์ปอเรชั่น จำกัด (“บริษัท”) เท่านั้น


## ส่วนที่ 3 นโยบาย

บริษัท คิน คอร์ปอเรชั่น จำกัด (“บริษัท”) ตระหนักถึงหน้าที่และจรรยาบรรณในการขายและการตลาด อย่างสุจริตและเป็นธรรมโดยคำนึงถึงประโยชน์ของลูกค้าเป็นสำคัญ (Fair Dealing) ทั้งนี้เพื่อให้เกิดความเชื่อมั่น (Trust) ให้กับลูกค้าที่มีความประสงค์เข้ามาใช้บริการของเรา

บริษัทจึงได้กำหนดนโยบายการขายและการตลาดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ที่ทางเราให้บริการลูกค้าไว้ดังนี้

### 1. เป้าหมาย

- 1.1 ลูกค้ามั่นใจว่าได้ติดต่อกับบริษัท ที่ให้ความสำคัญโดยยึดหลัก (Fair Dealing) เป็นหัวใจของวัฒนธรรมองค์กร
- 1.2 ผลิตภัณฑ์และบริการถูกเลือกและออกแบบให้ตอบสนองกับความเหมาะสมและความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย
- 1.3 ลูกค้าได้รับข้อมูลและการบอกกล่าวที่ชัดเจนและเหมาะสมจากผู้ขาย
- 1.4 ลูกค้าได้รับคำแนะนำที่มีคุณภาพและการเสนอขายผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมโดยคำนึงถึงสถานการณ์ของลูกค้า
- 1.5 ลูกค้าได้รับผลิตภัณฑ์และบริการที่ตรงตามความคาดหวัง
- 1.6 ลูกค้าไม่พบกับอุปสรรคหรือความไม่สะดวกอย่างไม่สมเหตุสมผลในระหว่างรับบริการหรือภายหลังการรับบริการ รวมถึงการยื่นข้อร้องเรียนและเรียกร้องค่าเสียหายจากการให้บริการของบริษัท

	<b>นโยบายบริษัท</b> <b>เรื่อง การขายและการตลาด</b>		เลขที่เอกสาร P-COM-031
	ชั้นความลับ : ข้อมูลใช้ภายในองค์กรเท่านั้น	แก้ไขครั้งที่ : 00	หน้า 4 จาก 6

## 2. แนวทางการดำเนินงาน

### 2.1 การจัดโครงสร้างองค์กร บทบาทของคณะกรรมการและหน้าที่ของผู้บริหารระดับสูง

คณะกรรมการและผู้บริหารระดับสูงให้ความสำคัญและสนับสนุนการดำเนินธุรกิจตามหลัก (Fair Dealing) โดยกำหนดนโยบายแผนกลยุทธ์รวมทั้งกำหนดให้มีการจัดโครงสร้างองค์กรที่ระบุสายงานและหน่วยงานที่รับผิดชอบเกี่ยวกับการขายและให้บริการผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ อย่างชัดเจน โดยจัดให้มีบุคลากรที่มีคุณภาพและมีจำนวนให้สอดคล้องกับปริมาณธุรกิจและการปฏิบัติหน้าที่

### 2.2 การคัดเลือกผลิตภัณฑ์

ในการเสนอขายผลิตภัณฑ์ให้กับลูกค้า บริษัทฯ กำหนดให้ต้องมีกระบวนการคัดเลือกและประเมินความเหมาะสมของผลิตภัณฑ์ (Product Due Diligence) เพื่อเป็นการจัดกลุ่มผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้า โดยคำนึงถึงประโยชน์ของลูกค้าเป็นสำคัญ ทั้งนี้เพื่อจะได้เสนอขายผลิตภัณฑ์แก่ลูกค้าได้อย่างเหมาะสมและสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า

### 2.3 การคัดเลือกผู้ขายและการสื่อสารการให้ความรู้แก่ผู้ขาย

บริษัทฯ ได้กำหนดขั้นตอนในการคัดเลือกผู้ขายที่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และสามารถนำเสนอผลิตภัณฑ์ให้ลูกค้าได้อย่างเหมาะสม โดยต้องมีการสื่อสารรวมถึงการฝึกอบรมและฝึกปฏิบัติในเรื่องที่มีความสำคัญอย่างสม่ำเสมอโดยให้เน้นย้ำวิธีปฏิบัติที่สำคัญ และมีการวัดผลการฝึกอบรมเพื่อให้มั่นใจว่าผู้ขายได้รับความรู้และมีความเข้าใจสามารถนำไปปฏิบัติได้อย่างถูกต้อง

### 2.4 กระบวนการขาย

บริษัทฯ กำหนดให้ต้องมีกระบวนการขายที่เป็นธรรม ไม่เอาเปรียบลูกค้าและเป็นไปเพื่อประโยชน์ของลูกค้า โดยต้องมีวิธีปฏิบัติในกระบวนการขายอย่างครบถ้วน ชัดเจน และเหมาะสมกับประเภทของผลิตภัณฑ์และประเภทลูกค้า เพื่อให้มั่นใจว่าลูกค้าได้รับการเสนอขายผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมรวมถึงได้รับข้อมูลและบริการที่ครบถ้วนตามความสมควร เพื่อให้สามารถตัดสินใจในการซื้อบริการได้ด้วย ความเข้าใจที่ถูกต้อง

### 2.5 การกำหนดวิธีจ่ายค่าตอบแทน


บริษัทฯ กำหนดให้โครงสร้างการจ่ายค่าตอบแทนแก่ผู้ขายและผู้ปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้องต้องมีความเหมาะสมโดยคำนึงถึงประโยชน์ของลูกค้าเป็นสำคัญ

### 2.6 การจัดการข้อร้องเรียน

บริษัทฯ จัดให้มีกระบวนการจัดการเรื่องร้องเรียนซึ่งดำเนินการด้วยความเป็นอิสระ เป็นธรรม มีประสิทธิภาพ และทันต่อเหตุการณ์ รวมทั้งมีระบบในการติดตามความคืบหน้าในการดำเนินงานเกี่ยวกับข้อร้องเรียน

### 2.7 การจัดทำฐานข้อมูลของกลุ่มลูกค้า และคู่แข่ง

เพื่อสามารถนำข้อมูลของลูกค้ามาจำแนกและสามารถวิเคราะห์ให้ชัดเจน โดยตระหนักว่าลูกค้ามีมุมมองและความคาดหวังที่แตกต่างกัน ดังนั้น จึงควรกำหนดกลยุทธ์และจัดลำดับขั้นตอนในการดำเนินการอย่างเหมาะสม

	<b>นโยบายบริษัท</b> <b>เรื่อง การขายและการตลาด</b>		เลขที่เอกสาร P-COM-031
	ชั้นความลับ : ข้อมูลใช้ภายในองค์กรเท่านั้น	แก้ไขครั้งที่ : 00	หน้า 5 จาก 6

## 2.8 การวิเคราะห์เกี่ยวกับตลาด

ดำเนินงานด้านการตลาดโดยการวิเคราะห์เกี่ยวกับขนาดของตลาด การเติบโตของตลาด ส่วนแบ่งการตลาด และแนวโน้มตลาด เพื่อนำมาจัดทำแผนการตลาด

## 2.9 การติดตามประเมินผล

การดำเนินการด้านการขายและการตลาด ด้านการบริการลูกค้า ด้านสิทธิประโยชน์แก่ลูกค้า ด้านการสื่อสารและการประชาสัมพันธ์ เพื่อนำมาใช้ในการวิเคราะห์การพัฒนาประสิทธิภาพและปรับปรุงกระบวนการในการพัฒนากลยุทธ์การตลาด การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การพัฒนาตลาดใหม่ รวมทั้งออกแบบหรือปรับปรุงกระบวนการให้บริการลูกค้า

ทั้งนี้ ผู้บริหารและพนักงานบริษัททุกคน มีหน้าที่สนับสนุน ผลักดันและยึดถือปฏิบัติ ภายใต้นโยบายการขายและการตลาดฉบับนี้อย่างเคร่งครัด

