

บทที่ 5

แผนการตลาด

เนื้อหาในบทนี้แบ่งออกเป็น 2 ส่วน โดยส่วนแรกจะเป็นส่วนของวัตถุประสงค์และกลยุทธ์ทางการตลาดใน ขณะที่ในส่วนที่สองจะเป็นส่วนของแผนการดำเนินงานทางการตลาด (Action Plan) โดยมีรายละเอียดดังนี้

ก. วัตถุประสงค์และกลยุทธ์ทางการตลาด

1. วัตถุประสงค์ทางการตลาด (Marketing Objectives)

1.1 เป้าหมายระยะสั้น

1.1.1 สร้างการรับรู้การบริการ(Service Awareness) รับจัดงานบุญครบวงจรพร้อมทั้ง Brand “อยู่เย็นเป็นสุข” ให้เป็นที่รู้จักครอบคลุม 10% ขององค์กรธุรกิจต่างๆ ในเขตกรุงเทพมหานคร ภายใน 1 ปี

1.1.2 สร้างการรับรู้การบริการ(Service Awareness) รับจัดงานบุญครบวงจรพร้อมทั้ง Brand “อยู่เย็นเป็นสุข” ให้เป็นที่รู้จักครอบคลุม 7.5% ของผู้บริโภคประเภทบุคคลที่คาดว่าจะเป็กลุ่มเป้าหมาย ซึ่งได้แก่ กลุ่มผู้บริโภคที่มีอายุระหว่าง 25 - 60 ปี มีสถานะทางสังคมและเศรษฐกิจในระดับ B ถึง A และอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ภายใน 1 ปี

1.1.3 สร้างยอดขายโดยการให้บริการรับจัดงานไม่น้อยกว่า 395 งาน หรือคิดเป็นมูลค่าไม่ต่ำกว่า 10 ล้านบาท ในปีแรกของการดำเนินงาน

1.2 เป้าหมายระยะยาว

1.2.1 สร้างการรับรู้การบริการ(Service Awareness) จัดงานบุญครบวงจรพร้อมทั้ง Brand “อยู่เย็นเป็นสุข” ให้เป็นที่รู้จักครอบคลุม 25% ขององค์กรธุรกิจต่างๆ ในเขตกรุงเทพมหานคร ภายใน 5 ปี

1.2.2 สร้างการรับรู้การบริการ(Service Awareness) จัดงานบุญครบวงจรพร้อมทั้ง Brand “อยู่เย็นเป็นสุข” ให้เป็นที่รู้จักครอบคลุม 18% ของผู้บริโภคที่มีอายุระหว่าง 25 - 60 ปี มีสถานะทางสังคมและเศรษฐกิจในระดับ B ถึง A และอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ภายใน 5 ปี

1.2.3 สร้างภาพลักษณ์ความเป็นผู้เชี่ยวชาญในด้านการประกอบพิธีกรรมงานบุญ รวมถึงพิธีกรรมด้านความเชื่อเพื่อความสันติสุขของคนต่างๆ ภายใน 5 ปี จากผลการสำรวจองค์กรธุรกิจและผู้บริโภคยุคใหม่ที่มีอายุระหว่าง 25 - 60 ปี มีสถานะทางสังคมและเศรษฐกิจในระดับ B ถึง A ในเขตกรุงเทพมหานคร

1.2.4 ในปีี่ 5 บริษัทฯ สามารถสร้างยอดขาย โดยการให้บริการ รับจัดงานได้ไม่น้อยกว่า 1,000 งาน ต่อปี หรือคิดเป็นยอดขาย 38 ล้านบาท

1.2.5 เพื่อสร้างกำไรสุทธิไม่ต่ำกว่า 7.5 % ของยอดขายในปีที่ 5

2. การแบ่งส่วนตลาด (Segmentation)

ลูกค้าที่เป็นไปได้ของธุรกิจประกอบด้วยองค์กรธุรกิจที่จดทะเบียนในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งหมายรวมถึง บริษัทมหาชน บริษัทจำกัด และห้างหุ้นส่วนจำกัด จำนวน 269,001 บริษัท เนื่องจากเป็นกลุ่มที่มีโอกาสในการใช้บริการสูง จากผลการวิจัยตลาดจะเห็นว่ามีความสนใจในการใช้บริการบริการรับจัดงานบุญของกลุ่มนี้สูงถึง 3.9 จากคะแนนเต็ม 5 คะแนน เพราะการจัดงานแต่ละครั้งมีขนาดใหญ่และซับซ้อน จึงต้องการความสะดวกในการจัดงาน

- **ลูกค้าองค์กรนิติบุคคล** สามารถ แบ่งตามขนาดองค์กรได้เป็น 3 ระดับ คือ

- 1) Small Enterprise เป็นองค์กรขนาดเล็ก มีพนักงานไม่เกิน 50 คน
- 2) Medium Enterprise เป็นองค์กรขนาดกลาง มีพนักงานระหว่าง 51 - 200 คน
- 3) Large Enterprise เป็นองค์กรขนาดใหญ่ มีพนักงานมากกว่า 200 คน

และลูกค้าอีกกลุ่มคือบุคคลทั่วไป แบ่งส่วนตลาดโดยใช้ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ คือ อายุ ระดับสถานะทางเศรษฐกิจและสังคม และรูปแบบการดำรงชีวิต (Life Style) กลุ่มลูกค้าของอยู่เย็นเป็นสุข จะเป็นกลุ่มที่มีอายุระหว่าง 25-60 ปี ที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และนับถือศาสนาพุทธ เนื่องจากเป็นกลุ่มที่มีโอกาสในการจัดงานพิธีทำบุญทางศาสนาพุทธ และกลุ่มอายุดังกล่าวเป็นกลุ่มอายุในวัยทำงานที่มีแนวโน้มมีส่วนร่วมในการตัดสินใจในครอบครัวสูง มีสถานะทางเศรษฐกิจและสังคมอยู่ในระดับ B ถึง A เนื่องจากมีระดับรายได้ที่สามารถเลือกใช้บริการรับจัดงานบุญได้ มีรูปแบบในการดำเนินชีวิตที่เร่งรีบ ต้องใช้ชีวิตแข่งกับเวลา ทำให้ต้องการความสะดวกสบายในการจัดการต่างๆ จึงมีโอกาสนในการเลือกใช้บริษัทรับจัดงานเพื่อลดเวลาและความยุ่งยาก

3. กลุ่มเป้าหมาย (Targeting)

- **กลุ่มเป้าหมายหลัก**

ได้แก่ กลุ่มลูกค้าองค์กรนิติบุคคลขนาดกลาง (Medium Enterprise) และขนาดใหญ่ (Large Enterprise) เหตุผลที่เลือกองค์กรนิติบุคคลเป็นเป้าหมายหลักเนื่องจากผลการวิจัยตลาดพบว่า กลุ่มองค์กรนิติบุคคลมีความสนใจในการใช้บริการโดยเฉลี่ยสูงกว่ากลุ่มบุคคลธรรมดาอย่างมีนัยสำคัญในทางสถิติ และเหตุผลที่เลือกกลุ่ม Medium Enterprise และ Large Enterprise เป็นเป้าหมายหลักเนื่องจากเป็นกลุ่มที่มีรายได้ในระดับที่น่าจะสามารถตัดสินใจจ่ายเพื่อความสะดวกได้ง่ายกว่าองค์กรขนาดเล็ก

- **กลุ่มเป้าหมายรอง**

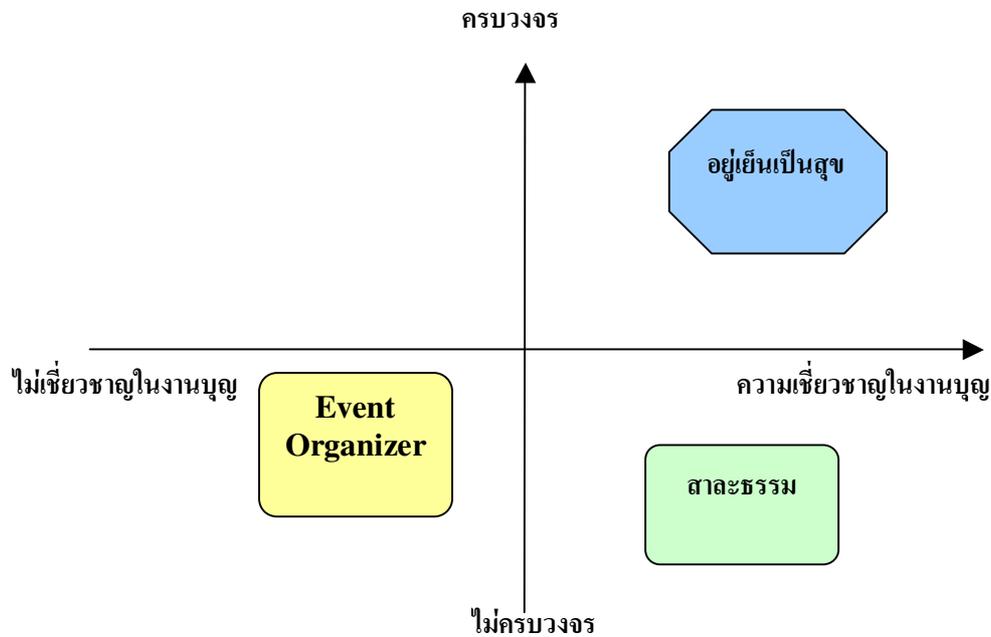
กลุ่มบุคคลธรรมดา เป็นกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่มีอายุระหว่าง 25 - 38 ปี ที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร มีระดับสถานะทางเศรษฐกิจและสังคมในระดับ B ถึง A เหตุผลที่เลือกกลุ่มนี้เป็นเป้าหมายรอง เนื่องจากเป็นกลุ่มอายุที่มีแนวโน้มในการใช้บริการสูงจากผลการวิจัยตลาด ค่อนข้างกับการใช้งาน Internet แต่มีอายุน้อยจึงมีแนวโน้มที่จะไม่รู้ข้อมูลวิธีการจัดงานบุญต่างๆ มีระดับรายได้มากเพียงพอกับการเลือกใช้บริการรับจัดงานบุญ นอกจากนี้กลุ่มดังกล่าวยังมีความต้องการดำเนินชีวิตที่เร่งรีบ จึงมีแนวโน้มที่จะต้องการบริการที่จะช่วยอำนวยความสะดวกให้แก่ตนเองในการที่จะดำเนินงานต่างๆ

อย่างไรก็ตาม หลังจากปีที่ 5 ของการดำเนินงาน บริษัท อยู่เย็นเป็นสุข มีแผนจะขยายกลุ่มเป้าหมายเข้าสู่กลุ่มอื่นๆ เช่น กลุ่มองค์กรนิติบุคคลขนาดเล็ก (Small Enterprise) เพื่อรองรับเป้าหมายการเติบโตของบริษัทฯ ต่อไป

4. การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์/บริการ (Positioning)

“**อยู่เย็นเป็นสุข** “ เป็นผู้ให้บริการจัดงานบุญสำหรับองค์กรธุรกิจและคนรุ่นใหม่ที่ไม่มีความรู้ในพิธีกรรมหรือต้องการความสะดวก โดยเหนือกว่าผู้ให้บริการจัดงานอื่นๆ ในเรื่อง**ความครบวงจรของบริการ** และ **ความเป็นผู้เชี่ยวชาญในการบริการจัดงานบุญโดยเฉพาะ**

“ **อยู่เย็นเป็นสุข ความครบถ้วน ถูกต้อง ของงานบุญ** ”



รูปที่ 5.1 การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์

5. กลยุทธ์ทางการตลาด

ประกอบด้วยกลยุทธ์ด้านการบริการ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด โดยมีรายละเอียดดังนี้

5.1 กลยุทธ์ด้านบริการ

จากผลการวิจัยตลาดในบทที่ผ่านมาพบว่าโดยเฉลี่ยแล้วในการจัดงานบุญแต่ละครั้ง ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะมีผู้มาร่วมงานไม่เกิน 100 คน โดยผู้ตอบที่เป็นบุคคลธรรมดาส่วนใหญ่จะมีผู้มาร่วมงานต่อการจัดงานหนึ่งครั้งเฉลี่ยประมาณ 36 คน ในขณะที่ผู้ตอบที่เป็นองค์กรธุรกิจจะมีผู้มาร่วมงานประมาณ 59 คน ดังนั้นบริษัทฯ จึงได้กำหนด Package ในการให้บริการพื้นฐานออกเป็น 2 แบบ ตามขนาดงาน คือ

5.1.1 Package Mini สำหรับการจัดงานทำบุญเลี้ยงพระที่มีผู้ร่วมงานประมาณไม่เกิน 40 คน

ใน Package นี้ลูกค้าจะได้รับการให้บริการครอบคลุมถึง

- การให้คำปรึกษาในเรื่องที่เกี่ยวกับพิธีกรรมต่างๆ
- อาหารคาวหวานมงคลสำหรับเลี้ยงพระ 9 รูป
- อาหารคาวหวานสำหรับเลี้ยงผู้ร่วมงาน (อาหารคาว 5 อย่าง อาหารหวาน 1 อย่าง)
- อุปกรณ์ที่ใช้ในการประกอบพิธี และการเลี้ยงพระ

- การนิมนต์และรับส่งพระสงฆ์
- การจัดเตรียมพิธีและการจัดหาผู้ดำเนินพิธีในพิธีกรรมงานบุญ
- การบริการจัดเก็บอุปกรณ์และทำความสะอาดพื้นที่จัดงาน โดยอุปกรณ์แบ่งเป็น
อุปกรณ์สิ้นเปลือง และอุปกรณ์ที่สามารถใช้ซ้ำได้

1. อุปกรณ์สิ้นเปลือง

- ดอกไม้ : กล้วยไม้ห่อใบเตย
- เทียนขี้ผึ้ง
- ฐูป
- น้ำยาขัดทองเหลือง
- น้ำมันต์ น้ำมัน และใบมะยมหรือหญ้าคาสำหรับพรมน้ำมันต์
- แป้งดินสอพอง สำหรับเจิม

2. อุปกรณ์ที่สามารถใช้ซ้ำได้

- จาน ชาม ถ้วย ช้อน แก้วน้ำ ภาชนะใส่อาหาร
- อาสนะ
- เสื่อรองนั่ง เนื้อจันทร์บูรขนาดใหญ่
- กระโถน
- โต๊ะหมู่บูชา ขนาดใหญ่
- สายสิญจ์ ขนาดใหญ่
- แจกันทองเหลือง
- เชิงเทียนทองเหลือง
- กระจ่างฐูป
- ที่กรวดน้ำ
- หมอนแพรสำหรับกราบ
- ชั้นน้ำมันต์ทองเหลือง
- พระพุทธรูป
- ตลับใส่แป้งดินสอพองสำหรับเจิม
- ผ้าม่านสำหรับบังอันเชิญพระ

โดยบริษัทจะจัดส่งพนักงานไปดูแลทั้งสิ้น 3 คน ประกอบด้วย

- ผู้ดูแลภาพรวมงาน(Project Manager) และและดำเนินพิธี 1 คน (พนักงานชายและปฏิบัติพิธีสงฆ์)
- เจ้าหน้าที่ดูแลงาน 2 คน (พนักงานชายและบริการลูกค้า 1 คน และพนักงานผู้ช่วยบริการลูกค้า 1 คน)

5.1.2 Package Maxi สำหรับการจัดงานทำบุญเลี้ยงพระที่มีผู้ร่วมงานประมาณ 41 -100 คน

ใน Package นี้ลูกค้าจะได้รับการให้บริการครอบคลุมถึง

- การให้คำปรึกษาในเรื่องที่เกี่ยวกับพิธีกรรมต่างๆ
- อาหารคาวหวานมงคลสำหรับเลี้ยงพระ 9 รูป
- อาหารคาวหวานสำหรับเลี้ยงผู้ร่วมงาน (อาหารคาว 7 อย่าง อาหารหวาน 1 อย่าง)
- อุปกรณ์ที่ใช้ในการประกอบพิธี และการเลี้ยงพระ
- การนิมนต์และรับส่งพระสงฆ์
- การจัดเตรียมพิธีและการจัดหาผู้ดำเนินพิธีในพิธีกรรมงานบุญ
- การบริการจัดเก็บอุปกรณ์และทำความสะอาดพื้นที่จัดงาน โดยอุปกรณ์แบ่งเป็น
อุปกรณ์สิ้นเปลือง และอุปกรณ์ที่สามารถใช้ซ้ำได้

1. อุปกรณ์สิ้นเปลือง

- ดอกไม้ : กัลปพฤกษ์ ไม้ห่อใบเตย
- เทียนขี้ผึ้ง
- ฐูป
- น้ำยาขัดทองเหลือง
- น้ามนต์ น้ำอบ และใบมะยมหรือหญ้าคาสำหรับพรมน้ามนต์
- แป้งดินสอพอง สำหรับเจิม

2. อุปกรณ์ที่สามารถใช้ซ้ำได้

- จาน ชาม ถ้วย ช้อน แก้วน้ำ ภาชนะใส่อาหาร
- อาสนะ
- เสื่อรองนั่ง เนื้อจันทร์บุรขนาดใหญ่
- กระโถน
- โต๊ะหมู่บูชา ขนาดใหญ่
- สายสิญจน์ ขนาดใหญ่
- แจกันทองเหลือง
- เจึงเทียนทองเหลือง
- กระถางฐูป
- ที่กรวดน้ำ
- หมอนแพรสำหรับกราบ
- ชันน้ามนต์ทองเหลือง
- พระพุทธรูป
- ดลบันดาลแป้งดินสอพองสำหรับเจิม
- ผ้ามาลัยสำหรับบังอันเชิญพระ

โดยบริษัทจะจัดส่งพนักงานไปดูแลทั้งสิ้น 5 คน ประกอบด้วย

- ผู้ดูแลภาพรวมงาน(Project Manager) และดำเนินพิธี 1 คน (พนักงานขายและปฏิบัติพิธีสงฆ์)
- เจ้าหน้าที่ดูแลงาน 4 คน (พนักงานขายและบริการลูกค้า 2 คน และพนักงานผู้ช่วยบริการลูกค้า 2 คน)

เนื่องจากบริษัทฯ ได้แบ่ง Package มาตรฐานในการให้บริการไว้ 2 แบบ คือ Package Mini ซึ่งจัดเตรียมไว้สำหรับงานที่มีจำนวนผู้มาร่วมงานไม่เกิน 40 คน และ Package Maxi สำหรับงานที่มีจำนวนผู้มาร่วมงานระหว่าง 41-100 คน บริษัทฯ จึงได้นำข้อมูลที่ได้จากการวิจัยตลาดเกี่ยวกับจำนวนผู้ร่วมงานมาวิเคราะห์ในรายละเอียด โดยแบ่งข้อมูลออกเป็น 2 กลุ่มคือ กลุ่มที่ตอบว่าคาดว่าจะมีผู้มาร่วมงานไม่เกิน 40 คน และกลุ่มที่คาดว่าจะมีผู้มาร่วมงานประมาณ 41 – 100 คน จากนั้นจึงทำการหาค่าเฉลี่ยของจำนวนผู้ร่วมงานสำหรับแต่ละกลุ่มทั้งในกรณีที่ผู้ตอบเป็นบุคคลธรรมดา องค์กรนิติบุคคล และค่าเฉลี่ยรวม โดยจากการคำนวณพบว่า สำหรับกลุ่มที่ตอบว่าคาดว่าจะมีผู้มาร่วมงานไม่เกิน 40 คน (เหมาะกับ Package Mini) จะมีจำนวนผู้มาร่วมงานเฉลี่ยประมาณ 25 คนต่อหนึ่งงาน ในขณะที่กลุ่มที่คาดว่าจะมีผู้มาร่วมงานประมาณ 41 – 100 คน (เหมาะกับ Package Maxi) จะมีจำนวนผู้มาร่วมงานเฉลี่ยประมาณ 60 คนต่อหนึ่งงาน ซึ่งข้อมูลนี้จะถูกนำไปใช้ในการกำหนดอัตราค่าบริการรวมถึงวางแผนทางการดำเนินงานและทางการเงินต่อไป

ตารางที่ 5.1 การคำนวณจำนวนผู้ร่วมงานเฉลี่ยของแต่ละ Package

Package	ขอบเขตของจำนวนผู้ร่วมงาน	จำนวนผู้ร่วมงานเฉลี่ยจากผู้ตอบแบบสอบถาม (คน)		
		บุคคล	องค์กร	เฉลี่ยรวม
Mini	ไม่เกิน 40 คน	25.32	25.42	25.37
Maxi	41 - 100 คน	54.35	66.88	60.61

5.2 กลยุทธ์ด้านราคา

บริษัทฯ ได้กำหนดอัตราค่าบริการโดยแบ่งออกเป็น 2 ส่วนคือ ส่วนแรกจะเป็นค่าใช้จ่ายที่เป็นค่าของอันได้แก่ค่าอาหาร ค่าสิ่งของและอุปกรณ์ทั้งที่เป็นวัสดุสิ้นเปลืองที่ต้องใช้ในพิธีการและอุปกรณ์ที่สามารถใช้ซ้ำได้ อย่างไรก็ตามราคานี้ไม่รวมอุปกรณ์เพิ่มเติมพิเศษ เช่น เต็นท์ เก้าอี้ หรือ เครื่องขยายเสียง ซึ่งหากลูกค้าต้องการเพิ่มเติมทางบริษัทฯ จะดำเนินการจัดหาให้และคิดค่าใช้จ่ายตามจริง

ในขณะที่ส่วนที่ 2 จะเป็นค่า Fee โดยแยกเป็น 2 ส่วน คือ

1) ค่าประสานงาน หรือ Agency Fee

- Package Mini 2,500 บ./งาน

- Package Maxi 5,000 บ./งาน

2) ค่าพนักงานที่ให้บริการใน Project

- พนักงานชายและปฏิบัติพิธีสงฆ์ ซึ่งคิดที่ราคา 2,000 บ./งาน สำหรับ Package Mini และ 4,000 บ./งาน สำหรับ Package Maxi ทั้งนี้เนื่องจากพนักงานชายและปฏิบัติพิธีสงฆ์นอกจากทำหน้าที่ปฏิบัติพิธีสงฆ์ในงานแล้ว ยังทำหน้าที่เป็นผู้ดูแลภาพรวมของงาน หรือทำหน้าที่เป็น Project Manager ด้วย เมื่อดูแลงานที่มีขนาดงานใหญ่ขึ้นจึงมีค่าบริการที่สูงขึ้น
- Staff แบ่งเป็นพนักงานและบริกรลูกค้า 800 บ./คน/วัน และพนักงานผู้ช่วยบริกรลูกค้า 500 บาท/คน/วัน

ในกรณีลูกค้าต้องการดำเนินพิธีพิเศษ เช่น พิธีตั้งศาลพระภูมิ ซึ่งต้องใช้ศาลพระภูมิ อุปกรณ์ในพิธีพิเศษ และพราหมณ์ผู้ดำเนินพิธี บริษัทจะเป็นผู้จัดหาให้โดยคิดค่าประสานงานเพิ่มจากปกติ 1,500 บ./งาน

ตารางที่ 5.2 ตัวอย่างค่าใช้จ่ายส่วนเพิ่มกรณีลูกค้าต้องการอุปกรณ์เพิ่มเติม

รายการ	จำนวน	ราคา/หน่วย
ค่าเช่าเต็นท์ทรงปิรามิด สีขาวขนาด 4 x 8 เมตร(ไม่รวมค่าจัดส่ง)	1 เต็นท์	750
ค่าเช่าชุดโต๊ะพร้อมเก้าอี้รับประทานอาหารเพิ่มเติม โต๊ะ 1 ชุด ประกอบด้วย โต๊ะ+ ผ้าคลุมสีขาว + เก้าอี้รวมคลุมผ้าขาว 10 ตัว (ไม่รวมกรณีจัดโต๊ะจีนที่ราคาอาหารจะรวมค่าโต๊ะเรียบร้อยแล้ว)	1 โต๊ะ	800
ชุดสักการะศาลพระภูมิ	1 ชุด	1,000

จะเห็นได้ว่าอัตราค่าบริการรวมสำหรับในแต่ละงานนั้นจะแปรผันตามขนาดของงาน โดยเฉพาะอย่างยิ่งจำนวนผู้ร่วมงาน อย่างไรก็ตามสามารถสรุปอัตราค่าบริการสำหรับ Package มาตรฐานได้ดังนี้

Package Mini สำหรับการจัดงานทำบุญเลี้ยงพระที่มีผู้มาร่วมงานไม่เกิน 40 คน คำนวณโดยอ้างอิงจากจำนวนผู้ร่วมงานเฉลี่ยที่ 25 คน จะมีอัตราค่าบริการรวมค่าอาหารและอุปกรณ์เท่ากับ 20,000 บาท/งาน ดังตารางที่ 5.3 ซึ่งใกล้เคียงกับราคาที่เหมาะสมในทัศนคติของผู้บริโภคที่ได้จากผลการวิจัยตลาดซึ่งมีค่าเฉลี่ย 18,246 บาท/งาน ดังตารางที่ 5.5

ตารางที่ 5.3 การคิดอัตราค่าบริการสำหรับ Package Mini

อัตราค่าบริการ Package Mini คิดที่จำนวนผู้มาร่วมงาน 25 คน		
ต้นทุนการให้บริการ (ค่าของ)	10,795 บาท/งาน	รายได้จากส่วนเกินมูลค่าต้นทุนการให้บริการ : ค่าของ (Mark Up 10%) 11,875 บาท/งาน
		ค่าติดต่อประสานงาน หรือ Agency Fee 2,500 บาท/งาน
		ค่าพนักงานให้บริการ
		พนักงานชายและปฏิบัติพิธีสงฆ์ 2,000 บาท/งาน
		พนักงานชายและบริกรลูกค้า 1 คน @ 800 800 บาท/งาน
		พนักงานผู้ช่วยบริกรลูกค้า 1 คน @ 500 500 บาท/งาน
		ค่าพาหนะ (รถตู้) 1,700 บาท/งาน
		ค่าเช่าอุปกรณ์ เช่น พระพุทธรูป โต๊ะหมู่บูชา 1,000 บาท/งาน
		รวมอัตราค่าบริการเฉลี่ย 20,375 บาท/งาน
		อัตราค่าบริการเฉลี่ยสุทธิ 20,000 บาท/งาน

โดยต้นทุนการให้บริการ (ค่าของ) เป็นดังตารางที่ 5.4

ตารางที่ 5.4 ต้นทุนการให้บริการ (ค่าของ) สำหรับ Package Mini

รายการ	จำนวน	ราคา/หน่วย	ค่าใช้จ่าย (บาท)
1 . วัสดุอุปกรณ์สำหรับพิธีกรรม			
ดอกไม้ : กล้วยไม้ห่อใบเตย	11 กำ	15	165
เทียนขี้ผึ้งอย่างดี	4 เล่ม	10	40
ธูปหอม	1 มัดใหญ่	20	20
น้ำยาขัดทองเหลือง	2 ตลับ	30	60
ชุดไทยธรรมถวายพระ	9 ชุด	120	1,080
2 . อาหารและการบริการสำหรับการจัดเลี้ยง			
ค่าอาหาร	พระ 9 รูป	200	1,800
(ข้าว+กับข้าว 4 อย่าง+อาหารหวาน 1 อย่าง+ผลไม้)	แขก 25 คน	200	5,000
ค่าอาหารส่วนเผื่อกรณีจำนวนผู้ร่วมงานมากกว่าคาดการณ์		20% ของค่า อาหาร	1,000
ค่าบริการขนส่งและพนักงานดูแลเสิร์ฟอาหาร 2 คน	1 ชุด	1,000	1,000
น้ำยาทำความสะอาดพื้นที่และอุปกรณ์	1 ขวด	30	30
3 . การขนส่ง			
ค่าน้ำมันรถ	1 คัน	600	600
รวมต้นทุนทั้งหมด			10,795

ตารางที่ 5.5 ราคาเฉลี่ยที่ผู้บริโภคมอบรับได้สำหรับ Package Mini ตามข้อมูลการวิจัยตลาด

Mini Package - กลุ่มเป้าหมายหลักเป็นลูกค้ำบุคคล		
จำนวนผู้ร่วมงานเฉลี่ยต่อ Package	25	คน
จำนวนพระสงฆ์	9	รูป
รวมจำนวนอาหาร	34	ที่
ราคาการให้บริการส่วนงานพิธีกรรมเฉลี่ย	10,583	บาท/งาน
ราคาอาหารเลี้ยงผู้ร่วมงาน		
ราคาอาหารเฉลี่ยต่อที่	225	บาทต่อที่
ราคาอาหารเฉลี่ยรวมของงาน	7,663	บาทต่องาน
รวมค่าบริการและค่าอาหาร	18,246	บาทต่องาน

Package Maxi สำหรับการจัดงานทำบุญเลี้ยงพระที่มีผู้มาร่วมงาน 41 -100 คน ถ้าคำนวณโดยอ้างอิงจากจำนวนผู้ร่วมงานเฉลี่ยที่ 60 คน จะมีอัตราค่าบริการรวมค่าอาหารและอุปกรณ์เท่ากับ 34,000 บาท/งาน ดังแสดงในตารางที่ 5.6 ซึ่งใกล้เคียงกับราคาที่เหมาะสมในทัศนคติของผู้บริโภคที่ได้จากผลการวิจัยตลาดซึ่งมีค่าเฉลี่ย 29,343 บาท/งาน ดังตารางที่ 5.8

ตาราง 5.6 การคิดอัตราค่าบริการ Package Maxi

ราคาการให้บริการ Package Maxi คิดที่จำนวนผู้ร่วมงาน 60 คน			
ต้นทุนการให้บริการ (ค่าของ)	18,215 บาท/งาน	รายได้จากส่วนเกินมูลค่าต้นทุนการให้บริการ : ค่าของ (Mark Up 10%)	20,037 บาท/งาน
		ค่าค่าติดต่อประสานงาน หรือ Agency Fee	5,000 บาท/งาน
		ค่าพนักงานให้บริการ	
		พนักงานขายและปฏิบัติพิธีสงฆ์	4,000 บาท/งาน
		พนักงานขายและบริการลูกค้า 2 คน 2 คน @ 800	1,600 บาท/งาน
		พนักงานผู้ช่วยบริการลูกค้า 2 คน 2 คน @ 500	1,000 บาท/งาน
		ค่าพาหนะ (รถตู้)	1,700 บาท/งาน
		ค่าเช่าอุปกรณ์ เช่น พระพุทธรูป โต๊ะหมู่บูชา	1,000 บาท/งาน
		รวมอัตราค่าบริการเฉลี่ย	34,337 บาท/งาน
		อัตราค่าบริการเฉลี่ยสุทธิ	34,000 บาท/งาน

โดยต้นทุนการให้บริการ (ค่าของ) เป็นดังตารางที่ 5.7

ตารางที่ 5.7 ต้นทุนการให้บริการ (ค่าของ) สำหรับ Package Maxi

รายการ	จำนวน	ราคา/หน่วย	ค่าใช้จ่าย (บาท)
1 . วัสดุอุปกรณ์สำหรับพิธีกรรม			
ดอกไม้ : กล้วยไม้ห่อใบเตย	11 กำ	15	165
เทียนขี้ผึ้งอย่างดี	4 เล่ม	10	40
ธูปหอม	3 มัดใหญ่	20	60
น้ำยาขัดทองเหลือง	2 ตลับ	30	60
ชุดไทยธรรมถวายพระ	9 ชุด	180	1,620
2 . อาหารและการบริการสำหรับการจัดเลี้ยง			
ค่าอาหาร (อาหารคาว 7 อย่าง+อาหารหวาน 1 อย่าง+ผลไม้)	พระ 9 รูป แขก 60 คน	180 180	1,620 10,800
ค่าอาหารส่วนเผื่อกรณีจำนวนผู้ร่วมงานมากกว่าคาดการณ์		20% ของค่าอาหาร	2,160
ค่าบริการขนส่งและพนักงานดูแลเสิร์ฟอาหาร 2 คน	1 ชุด	1,000	1,000
น้ำยาทำความสะอาดพื้นที่และอุปกรณ์	3 ขวด	30	90
3 . การขนส่ง			
ค่าน้ำมันรถ	1 คัน	600	600
รวมต้นทุนทั้งหมด			18,215

ตารางที่ 5.8 ราคาเฉลี่ยที่ผู้บริโภคยอมรับได้สำหรับ Package Maxi ตามข้อมูลการวิจัยตลาด

Maxi Package - กลุ่มเป้าหมายหลักเป็นลูกค้าองค์กรธุรกิจ		
จำนวนผู้ร่วมงานเฉลี่ยต่อ Package	60	คน
จำนวนพระสงฆ์	9	รูป
รวมจำนวนอาหาร	69	ที่
ราคาการให้บริการส่วนงานพิธีกรรมเฉลี่ย	12,967	บาท/งาน
ราคาอาหารเลี้ยงผู้ร่วมงาน		
ราคาอาหารเฉลี่ยต่อที่	237	บาทต่อที่
ราคาอาหารเฉลี่ยรวมของงาน	16,376	บาทต่องาน
รวมค่าบริการและค่าอาหาร	29,343	บาทต่องาน

รูปที่ 5.2 ตัวอย่างใบเสนอราคา

บริษัท อยู่เย็นเป็นสุข จำกัด
346/641 ซ.ลาดพร้าว 69 ถ.ลาดพร้าว รัชทองกลาง ดทม 10310
โทร. 02-586-2771-3 Fax. 02-586-2774


YOO-YEN-PEN-SUK

ใบเสนอราคา

บริษัทฯ มีความยินดีเสนอราคา ในการจัดงาน ของบริษัท

โดยมีจำนวนผู้ที่มาร่วมงานทั้งสิ้น ท่าน นิมนต์พระสงฆ์ รูป

รายการที่	รายการ	จำนวนเงิน	หน่วย
1	ค่าอาหารและอุปกรณ์		บาท
2	ค่า Agency Fee และค่าใช้จ่ายในการดำเนินการ		บาท
	รวม		บาท

ลายเซ็นผู้มีอำนาจเสนอราคา
วันที่

5.3 กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

เนื่องจากธุรกิจเป็นลักษณะการให้บริการ อยู่เย็นเป็นสุขจึงเลือกใช้ช่องทางแบบ Direct Distribution Channel โดยการขายตรงไปยังลูกค้าไม่ผ่านตัวแทน โดยช่องทางในการขายหรือติดต่อใช้บริการนั้นได้มาจากผลของการวิจัยตลาด ซึ่งประกอบด้วย

5.3.1 **สำนักงานของบริษัท** เป็น Home Office ที่จัดตั้งอยู่ใน ซ.ลาดพร้าว 69 กทม. มีพนักงานที่สามารถให้คำปรึกษาในการให้บริการกับลูกค้าประจำอยู่

5.3.2 **พนักงานขายของบริษัท** ซึ่งมีกำลังคน 9 คน (พนักงานขายและปฏิบัติพิธีสงฆ์ 3 คน และพนักงานขายและบริการลูกค้า 6 คน) และขึ้นตรงกับรองผู้จัดการฝ่ายขายและการตลาด โดยพนักงานขายและรองผู้จัดการฝ่ายขายและการตลาดจะทำหน้าที่เป็นผู้เข้าไปนำเสนอการให้บริการแก่ลูกค้าโดยตรง ยังสถานที่ของลูกค้าในช่วงเวลาการทำงานที่ไม่ได้จัดงาน โดยบริษัทฯมีแผนเพิ่มกำลังคนเป็น 12 คน (พนักงานขายและปฏิบัติพิธีสงฆ์ 4 คน และพนักงานขายและบริการลูกค้า 8 คน) ในปี 3 และ 14 คน (พนักงานขายและปฏิบัติพิธีสงฆ์ 5 คน และพนักงานขายและบริการลูกค้า 9 คน) ในปี 5 เพื่อรองรับปริมาณงานที่มากขึ้น

5.3.3 **เว็บไซต์ของบริษัทฯ** www.yooyenpensook.co.th ที่จะทำหน้าที่เป็นช่องทางในการให้ข้อมูลและติดต่อกับบริษัท โดยบริษัทฯจะดำเนินการในการ Link เว็บไซต์เข้ากับเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้อง เช่น เว็บไซต์เกี่ยวกับการทำบุญ ศาสนา การจัดงาน และจัดทำคำเชื่อมต่อใน Search Engine ต่างๆให้ครอบคลุมคำที่เกี่ยวข้องอย่างครบถ้วน

5.4 กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด

บริษัท อยู่เย็นเป็นสุข เป็นบริษัทที่มีขนาดเล็ก ประกอบกับลูกค้าเป้าหมายหลักเป็นองค์กรนิติบุคคลที่มีรายชื้อและข้อมูลที่ชัดเจน สามารถเข้าถึงได้โดยตรง และกลุ่มเป้าหมายบุคคลที่เป็นกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่มีพฤติกรรมในการค้นหาสินค้าและบริการจากอินเทอร์เน็ต กลยุทธ์ด้านการสื่อสารทางการตลาดที่บริษัทฯเลือกใช้ จึงมุ่งเน้นไปที่ Direct Marketing และ E-Marketing โดยมีเป้าหมายในการสื่อสาร คือ การสร้างการรับรู้ในบริการและแบรนด์ อยู่เย็นเป็นสุข และการสร้างการบอกต่อ โดยจากผลการวิจัยตลาด สามารถนำมาพัฒนาประกอบเป็นเป็นกลยุทธ์ด้านการสื่อสารทางการตลาดได้ดังนี้

5.4.1 การตลาดทางตรง (Direct Marketing)

บริษัทฯ จะจัดทำ Database ในการเก็บข้อมูลของบริษัทต่างๆ และจัดแบ่งตามขนาด ประเภทธุรกิจ หน่วยงานที่ดูแลในเรื่องกิจกรรมภายในองค์กร และช่วงวันสำคัญของบริษัท เช่น วันก่อตั้งบริษัท โดยข้อมูลเหล่านี้จะนำมาใช้ประโยชน์ เช่น

- ส่งการ์ดและจดหมายอวยพรวันสำคัญของบริษัทล่วงหน้า 1 เดือน พร้อมโบรชัวร์แนะนำบริษัทอยู่เย็นเป็นสุข และนามบัตรรองผู้จัดการฝ่ายขายและการตลาด เป้าหมาย 27,000 บริษัท ในปีแรก
- การแนะนำธุรกิจทางโทรศัพท์ โดยฝ่ายขายและการตลาด
- การทำรายละเอียด ข้อมูลนำเสนอ Sales kit และการเข้าไปนำเสนอบริการโดยตรงยังสถานที่ของลูกค้าโดยฝ่ายขายและการตลาดในกรณีที่ลูกค้าสนใจในการให้บริการ โดยใน Sales kit จะประกอบไปด้วย Folder โบรชัวร์ นามบัตร และเอกสารแสดงรายละเอียดสินค้า บริการ ราคา
- การตั้งโบรชัวร์พร้อมเบอร์โทรติดต่อบริษัท และเว็บไซต์ ในร้านค้าต่างๆ โดยเฉพาะร้านขายสังฆภัณฑ์

5.4.2 E-marketing

- จัดทำ Web Site www.yooyenpensuk.co.th โดยนอกจากจะเป็นเว็บไซต์เพื่อนำเสนอเกี่ยวกับบริษัท และบริการแล้ว ยังเพิ่มปริมาณและความถี่การเข้าชม โดยมีเนื้อหาในเว็บไซต์เกี่ยวกับ เกร็ดความรู้

เกี่ยวกับพิธีการทำบุญ Web board เพื่อปรึกษาเกี่ยวกับการทำบุญต่างๆ ปฏิทินข่าวกิจกรรมการทำบุญต่างๆ และสร้างเว็บไซต์ให้เป็น Community เพื่อแลกเปลี่ยนกิจกรรมการทำบุญ

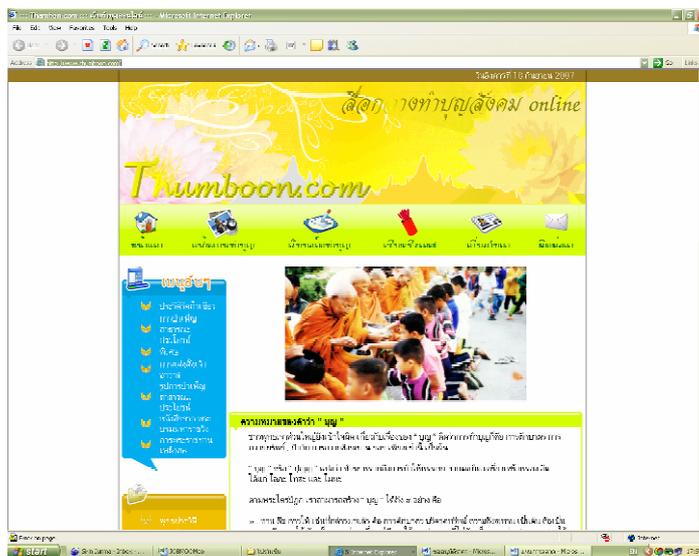
● **จัดทำ Web link จากเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้อง** ได้แก่ เว็บไซต์เกี่ยวกับศาสนา กิจกรรมการทำบุญ เว็บไซต์เกี่ยวกับบ้าน เว็บไซต์เกี่ยวกับธุรกิจรับจัดงาน

1. เว็บไซต์เกี่ยวกับศาสนา เช่น

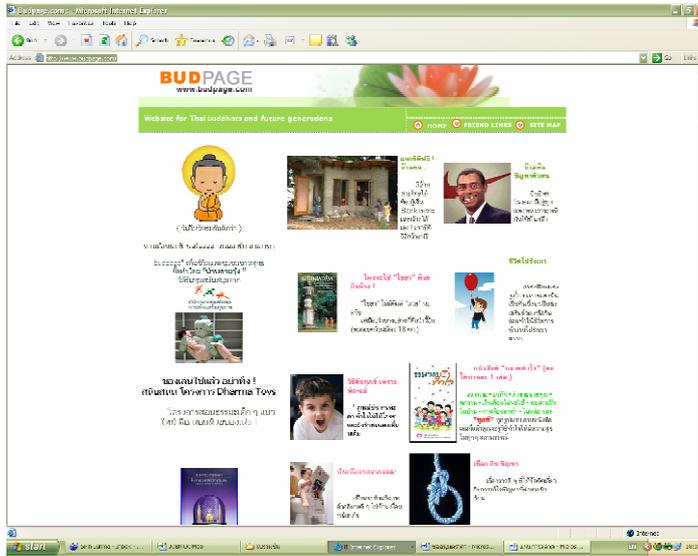
- <http://www.dhammathai.org> เว็บไซต์ความรู้เกี่ยวกับพระพุทธศาสนา
- <http://www.buddhadhamma.net/> เว็บไซต์ชมรมเว็บพระพุทธศาสนา
- <http://www.dhammajak.net/> เว็บไซต์เผยแพร่หลักธรรมคำสอนทางศาสนา
- <http://www.84000.org/anisong.html> เว็บไซต์รวบรวมเนื้อหาของพระไตรปิฎก
- <http://www.buddhasa.org/html/news/boon.html> เว็บไซต์อดีตชีวิตประวัติและรวบรวมคำสอนเกี่ยวกับท่านพุทธทาสภิกขุ
- <http://www.dmc.tv/pages/> เว็บไซต์สถานีรายการธรรมะที่ส่งสัญญาณออกอากาศผ่านดาวเทียม

2. เว็บไซต์กิจกรรมการทำบุญ เช่น

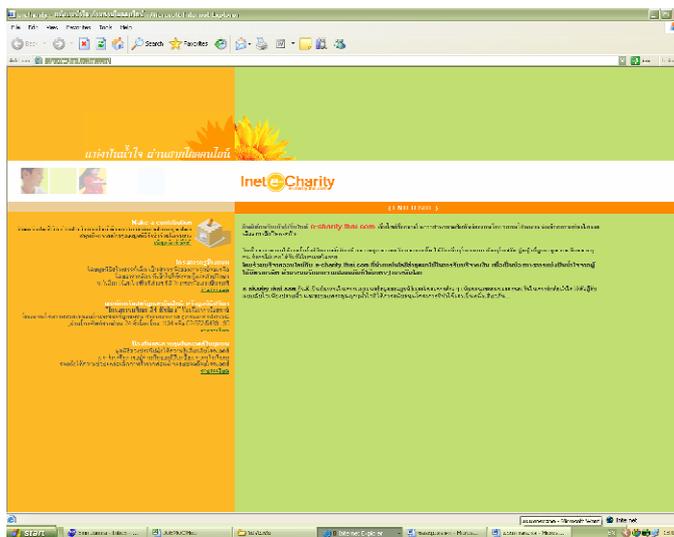
- <http://www.thumbon.com/> เว็บไซต์สื่อกลางทำบุญสังคมออนไลน์



- <http://www.budpage.com/> เว็บไซต์รวบรวมความรู้เกี่ยวกับศาสนาและเรื่องเกี่ยวกับการทำบุญสำหรับคนยุคใหม่

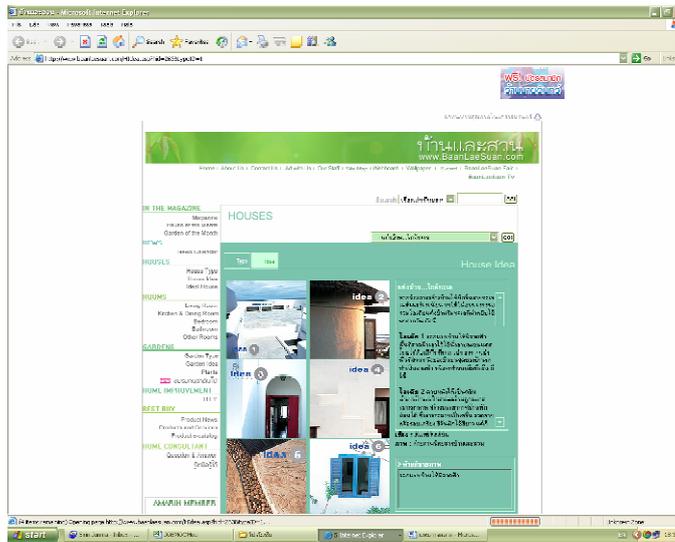


- <http://e-charity.thai.com/> เว็บไซต์สื่อกลางเผยแพร่ข้อมูลมูลนิธิต่างๆ และการบริจาคผ่านระบบออนไลน์



3. เว็บไซต์เกี่ยวกับบ้าน เช่น

- www.baanlaesuan.com เว็บไซต์ของหนังสือบ้านและสวน



- www.homedd.com เว็บไซต์การค้นหาคำบ้าน การแต่งบ้าน สวงจู้ย

4. เว็บไซต์เกี่ยวกับความเชื่อทางโหราศาสตร์ เช่น

- <http://www.fortunename.com/> เว็บไซต์การตั้งชื่อมงคล และ Web board ถาม-ตอบเกี่ยวกับความเชื่อทางโหราศาสตร์
- <http://www.dd108.com> เว็บไซต์เกี่ยวกับการดูฤกษ์ยาม รวมถึงฤกษ์ในการทำบุญ ดูดวงประจำวัน
- <http://www.horahut.com> เว็บไซต์บ้านโหร รวบรวมเรื่องเกี่ยวกับโหราศาสตร์ รวมถึงการแต่งบ้านตามราศี
- <http://www.fengshuihut.com/> เว็บไซต์บ้านสวงจู้ย รวบรวมความเชื่อเกี่ยวกับสวงจู้ย
- <http://www.fengshuiclinc.com/> เว็บไซต์รวบรวมบทความเกี่ยวกับสวงจู้ย

โดยจะลงโฆษณาเป็น Banner Advertising ในเว็บไซต์ 5 เว็บไซต์ ประกอบด้วย <http://www.dmc.tv/pages/> , <http://www.budpage.com/> , www.baanlaesuan.com, <http://www.dd108.com> และ <http://www.fengshuihut.com/>

- จัดลำดับการ Search ใน Search Engine ให้อยู่ใน 10 อันดับแรก ในกรณีที่มีผู้ค้นหาคำว่า “ทำบุญ” “ทำบุญเลี้ยงพระ” “ทำบุญบ้าน” “ขึ้นบ้านใหม่” “วันเกิด” “ต่ออายุ” “รับจัดงาน” ในเว็บไซต์ที่เป็น Search Engine เช่น www.yahoo.com, www.google.com, www.sanook.com, www.hunsa.com โดยกำหนดข้อความ Search เพื่อเชื่อมโยงมายังเว็บไซต์บริษัท คือ “www.yooyenpensuk.co.th แหล่งรวมข้อมูลความรู้และ link เกี่ยวกับการทำบุญต่างๆ และข้อมูลบริษัท อยู่เย็นเป็นสุข จำกัด เป็นผู้ให้

บริการรับจัดงานบุญครบวงจร ซึ่งประกอบด้วย พิธีงานบุญบ้านและงานทำบุญบริษัทประจำปี การทำบุญขึ้นบ้านใหม่และเปิดบริษัทใหม่ (รวมถึงพิธีกรรมจัดตั้งศาลพระภูมิ) การทำบุญครบรอบวันเกิด และการทำบุญอุทิศของผู้เสียชีวิต”

- **การสร้างกระทู้และตอบกระทู้ในเว็บบอร์ดที่เป็นที่นิยม** เกี่ยวกับธุรกิจรับจัดงานบุญครบวงจร และเกี่ยวกับบริการของบริษัท อยู่เย็นเป็นสุข เช่น กระทู้ในเว็บไซต์ www.pantip.com ในห้องศาสนา และเว็บไซต์ใน web link ที่มีเว็บบอร์ด เพื่อสร้างการรับรู้ในธุรกิจอย่างกว้างขวาง โดยการสร้างและตอบกระทู้ต่างๆ จะทำอย่างต่อเนื่องตลอดทั้งปี
- **การ E-mail แนะนำบริษัท** เพื่อให้เกิดการส่งต่อกัน โดยตั้งหัวข้อประเด็น Email ให้น่าสนใจ เช่น “บริการแบบนี้ก็มีด้วย?” “เกร็ดความรู้เกี่ยวกับการทำบุญ” “เชิญชวนทำบุญ.....” โดยเนื้อหาตอนท้ายจะเป็นภาพแนะนำบริการของบริษัท อยู่เย็นเป็นสุข ที่เน้นภาพสวยงาม
- **จัดทำ Flash Game หรือ Cartoon เพื่อให้ส่ง E-mail ต่อกัน** เกี่ยวกับการทำบุญ ที่มีภาพเป็นการ์ตูนน่ารัก และมีภาพจบเป็นแบรนด์ อยู่เย็นเป็นสุข ข้อมูลบริการ web link ไปยังเว็บไซต์บริษัท และการติดต่อบริษัท

5.4.3 การประชาสัมพันธ์

- **การเป็นผู้สนับสนุนในรายการและทำ Tie in Program (Sponsorship)** บริษัทเข้าไปเป็นผู้สนับสนุนในกิจกรรม Green Charity ของคลื่นวิทยุ Green wave 106.5 โดยเป็นผู้สนับสนุนกิจกรรม และช่วย organize งานทำบุญ
- **การให้ข่าว (Publicity) ในนิตยสารและหนังสือพิมพ์** โดยเน้นหัวข้อหรือคอลัมน์ ที่เกี่ยวกับการแนะนำสินค้าและบริการแปลกใหม่ หรือคอลัมน์เกี่ยวกับเจ้าของธุรกิจรุ่นใหม่ ในหนังสือพิมพ์และนิตยสาร ผู้จัดการออนไลน์ มติชนรายสัปดาห์ หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ หนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจ หนังสือพิมพ์คมชัดลึก หนังสือแพรว คลีโอ และบ้านและสวน
- **การเข้าร่วม Exhibition** ที่เกี่ยวกับการทำบุญ ที่อยู่อาศัย หรือ ธุรกิจรับจัดงาน เช่น งานบ้านและสวนแฟร์ในเดือนพฤศจิกายน
- **การทำ Advertorial ในนิตยสาร บ้านและสวน**
- **การแนะนำบริการผ่าน Mini Kiosk ในโครงการบ้านจัดสรรหรือคอนโดมิเนียมใหม่** โดยจัดทำเป็นบูธขนาดเล็ก แจกโบรชัวร์ และแนะนำบริการ
- **การจัดทำโบรชัวร์พร้อมป้ายแนะนำบริการขนาดเล็ก** เพื่อวางในร้านสังฆภัณฑ์และโครงการบ้านจัดสรรหรือคอนโดมิเนียม

5.4.4 การส่งเสริมการขาย

- **Consumer promotion : Member get member Program** โดยลูกค้าที่เคยใช้บริการและแนะนำลูกค้ารายอื่นมาใช้บริการ ลูกค้าที่ได้รับการแนะนำนั้นจะได้รับส่วนลดพิเศษ 1,000 บาท/งาน และลูกค้าที่แนะนำ จะได้รับส่วนลดพิเศษ 1,000 บ./งาน เช่นกันในการใช้บริการครั้งต่อไป แต่หากแนะนำลูกค้าใหม่

มาใช้บริการถึง 3 ท่าน ส่วนลดในการใช้บริการจะเพิ่มเป็น 2,000 บ. นอกจากนี้ทุกครั้งที่แนะนำจะได้รับเป็นของขวัญสามารถเลือกรับได้เป็น กระเช้าธรรม (ชุดหนังสือธรรมะ) หรือกระเช้าบุญ (ชุดทำบุญสังฆทาน)

- **ของสมนาคุณสำหรับผู้ใช้บริการ** เพื่อให้เป็นของขวัญเป็นน้ำใจในโอกาสการทำบุญ โดยของขวัญที่ให้ ได้แก่ พระพุทธรูป และกระเช้าธรรม (ประกอบด้วยชุดหนังสือธรรมะที่เข้าใจง่ายน่าสนใจ เช่น ชุดถามตอบธรรมะของพระพุทธทาส หรือพระ ว.วชิระเมธี)

ข. แผนการดำเนินงานทางการตลาด (Action Plan)

1. แผนปฏิบัติการด้านสายผลิตภัณฑ์

1.1 การปรับปรุงรายละเอียดใน Package ให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าและมีตัวเลือกที่หลากหลายมากขึ้น

<u>วัตถุประสงค์</u>	เพื่อเพิ่มทางเลือกและพัฒนาประสิทธิภาพการตอบสนองความต้องการของลูกค้าหลังจากเริ่มดำเนินธุรกิจไปแล้ว
<u>ระยะเวลาดำเนินการ</u>	จัดทำกรประเมินและพิจารณารายละเอียดใน package 2 ครั้ง ต่อปี โดยในปีแรกของการดำเนินการจะจัดทำในช่วงเดือน พ.ค. และ ธ.ค.
<u>วิธีดำเนินงาน</u>	นำข้อมูล Database ของลูกค้าที่ใช้บริการ รวมถึงรายละเอียดของบริการที่ลูกค้าแต่ละรายปรับเปลี่ยนไปจาก Package เช่น จำนวนผู้ร่วมงาน ประเภทอาหาร รายละเอียดอุปกรณ์ในพิธี และ Requirement พิเศษ เพิ่มเติม มาวิเคราะห์และพิจารณาปรับปรุง Package
<u>ผู้รับผิดชอบ</u>	ฝ่ายขายและการตลาด
<u>งบประมาณ</u>	ไม่มีงบประมาณเพิ่มเติม

2. แผนปฏิบัติการด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

2.1 แผนการพัฒนาศักยภาพพนักงาน ทั้งในด้านทักษะการขาย ความรู้ในเรื่องพิธีกรรม การบริการ และพัฒนาบุคลิกภาพให้สอดคล้องกับบริการของบริษัท

<u>วัตถุประสงค์</u>	เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการขาย นำเสนอบริการ และสร้างภาพลักษณ์ที่น่าเชื่อถือให้กับบริษัท
<u>ระยะเวลาดำเนินการ</u>	อบรมพนักงานผู้ปฏิบัติพิธีสงฆ์ และพนักงานบริการลูกค้าทุกคนในช่วง 2 อาทิตย์แรกของการเข้างาน
<u>วิธีดำเนินงาน</u>	จัดทำหลักสูตรการอบรมพนักงานใหม่ของฝ่ายขายและการตลาด โดยเน้นใน 4 เรื่อง คือ <ol style="list-style-type: none"> 1. ทักษะการขาย 2. ความรู้ในเรื่องพิธีกรรม

3. วิธีการและมารยาทในการให้บริการ
4. การพัฒนาบุคลิกภาพให้มีบุคลิกสงบบนนิ่ง การแต่งกายที่สุภาพน่าเชื่อถือ สอดคล้องกับฐานะผู้มีความรู้ในเรื่องพิธีกรรม โดยการอบรมจะครอบคลุมเวลา 10 วัน การฝึกบุคลิกนั้นส่วนหนึ่งจะพัฒนาจากภายใน โดยการปฏิบัติธรรม และปฏิบัติสมณะ(นั่งสมาธิ)

ผู้รับผิดชอบ รองผู้จัดการฝ่ายการขายและการตลาดร่วมกับรองผู้จัดการฝ่ายปฏิบัติการ และธุรการ

งบประมาณ ไม่มีงบประมาณทางการตลาดเพิ่มเติม

3. แผนปฏิบัติการด้านการส่งเสริมการตลาด

3.1 จัดทำโบรชัวร์

- วัตถุประสงค์**
1. เพื่อสร้าง Brand Awareness ใน บริษัท อยู่เย็นเป็นสุข และ บริการรับจัดงานบุญ
 2. เพื่อให้ข้อมูลรายละเอียดเกี่ยวกับบริการรับจัดงานบุญ และสร้างการรับรู้ ว่า อยู่เย็นเป็นสุข เป็นผู้ให้บริการรับจัดงานบุญที่ครบวงจรและมีความเชี่ยวชาญสามารถจัดงานบุญได้อย่างครบถ้วนถูกต้อง

ระยะเวลาดำเนินการ จัดทำเดือน มกราคม- กุมภาพันธ์ 2551 โดยจัดพิมพ์รอบแรก 50,000 แผ่นในเดือนกุมภาพันธ์ และจัดพิมพ์เพิ่มอีก 28,000 แผ่นในเดือนสิงหาคม 2551

- วิธีดำเนินงาน**
1. จัดทำโบรชัวร์ 1 แผ่น 2 หน้า พิมพ์ 4 สี ขนาด A4 ออกแบบให้สามารถพับขนาดของจดหมายได้
 2. เน้นนำเสนอข้อมูลรายละเอียดการให้บริการ และข้อมูลติดต่อบริษัทฯ
 3. สร้างการรับรู้ในเรื่องความน่าเชื่อถือ
 4. ใช้โทนสี ขาว เหลือง น้ำตาล ที่ให้ความรู้สึกอบอุ่น สงบ เรียบง่าย และน่าเชื่อถือ เช่นเดียวกับสีอื่น ๆ ของบริษัทฯ

ผู้รับผิดชอบ ฝ่ายขายและการตลาด

งบประมาณ	Production Cost	15,000 บาท
	จัดพิมพ์รอบแรก @ 6 บ. 50,000 ใบ	300,000 บาท
	จัดพิมพ์รอบสอง @ 6 บ. 28,000 ใบ	168,000 บาท
	รวม	<u>468,000 บาท</u>

3.2 จัดทำนามบัตร

- วัตถุประสงค์**
1. เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการแนะนำบริการและติดต่อลูกค้า
 2. เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่น่าเชื่อถือให้กับบริษัท

ระยะเวลาดำเนินการ	จัดทำเดือน มกราคม 2551 โดยจัดพิมพ์รอบแรก 20,000 แผ่น ในเดือน กุมภาพันธ์ และจัดพิมพ์เพิ่มอีก 13,000 แผ่นในเดือนกรกฎาคม 2551		
วิธีดำเนินงาน	1. ออกแบบนามบัตรสำหรับพนักงาน โดยระบุรายละเอียดการให้บริการเป็นข้อความสั้นๆ แต่ครบถ้วน ข้อมูลการติดต่อพนักงานและบริษัท ระบุเว็บไซต์ของบริษัทฯ 2. ใช้โทนสี ขาว เหลือง น้ำตาล ที่ให้ความรู้สึกอบอุ่น สงบ เรียบง่าย และน่าเชื่อถือ เช่นเดียวกับสื่ออื่นๆของบริษัทฯ		
ผู้รับผิดชอบ	ฝ่ายขายและการตลาด		
งบประมาณ	Production Cost		2,000 บาท
	จัดพิมพ์รอบแรก @ 1.25 บ.	20,000 ใบ	25,000 บาท
	จัดพิมพ์รอบแรก @ 1.25 บ.	13,000 ใบ	16,250 บาท
	รวม		<u>43,250</u> บาท

3.3 การจัดทำ Sales Kit

วัตถุประสงค์	1. เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการแนะนำบริการแก่ลูกค้า 2. เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่น่าเชื่อถือให้กับบริษัท		
ระยะเวลาดำเนินการ	จัดทำเดือน มกราคม-กุมภาพันธ์		
วิธีดำเนินงาน	1. จัดทำชุดเอกสารช่วยการขาย โดย 1 ชุด ประกอบด้วย Folder ของใส่เอกสาร นามบัตร โบรชัวร์ และ Print out ข้อมูลรายละเอียดบริการโดยละเอียด เช่น รายละเอียดอุปกรณ์ ชุดและประเภทอาหารที่มีให้เลือก บริการเสริมที่มีเพิ่มเติม และ Reference งานที่เคยจัด(รวม 9 แผ่น) 2. ใช้โทนสี ขาว เหลือง น้ำตาล ที่ให้ความรู้สึกอบอุ่น สงบ เรียบง่าย และน่าเชื่อถือ เช่นเดียวกับสื่ออื่นๆของบริษัทฯ		
ผู้รับผิดชอบ	ฝ่ายขายและการตลาด		
งบประมาณ	Production Cost Folder		5,000 บาท
	จัดพิมพ์ Folder @ 10 บ.	1,000 ใบ	10,000 บาท
	ค่าโบรชัวร์(ค่าใช้จ่ายรวมในจัดทำโบรชัวร์)		- บาท
	ค่านามบัตร(ค่านามบัตร)		- บาท
	ค่า Print out(ค่าใช้จ่ายรวมในค่าใช้จ่ายสำนักงาน)		- บาท
	รวม		<u>15,000</u> บาท

3.4 จัดทำ Database ในการเก็บข้อมูล Prospect และ ข้อมูลการใช้บริการของลูกค้า

วัตถุประสงค์	1. เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการเข้าถึงลูกค้าเป้าหมายรายใหม่ โดยเฉพาะลูกค้าองค์กร 2. เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการปรับปรุงการให้บริการแก่ลูกค้าที่เคยใช้บริการกับบริษัท		
---------------------	--	--	--

	3. เพื่อใช้ข้อมูลจากระบบสร้างความสัมพันธ์ในระยะยาวกับลูกค้า และจูงใจให้ใช้บริการต่อเนื่อง
ระยะเวลาดำเนินการ	จัดทำเดือน มกราคม 2551 และปรับปรุง Update อย่างต่อเนื่อง โดยข้อมูลลูกค้าองค์กรเป้าหมายจะปรับปรุงทุกปี และข้อมูลลูกค้าที่ใช้บริการจะปรับปรุงทุกครั้งที่มีการใช้บริการ
วิธีดำเนินงาน	1. จัดทำระบบ Database เพื่อเก็บข้อมูลโดยใช้ MS Access 2. จัดทำแบบฟอร์มในการกรอกข้อมูลเพื่อให้ง่ายต่อการกรอก 3. ออกแบบและจัดทำระบบรายงานเพื่อเรียกดูข้อมูลได้ง่ายและตรงความต้องการ โดยในทุกเดือนจะต้องมีรายงานข้อมูลลูกค้าเป้าหมายรายใหม่หรือลูกค้าเดิมที่มีโอกาสจะใช้บริการใน 2 เดือนข้างหน้า เช่น ลูกค้าองค์กรที่มีวันก่อตั้งบริษัทใน 2 เดือนข้างหน้า และลูกค้าเจ้าของบ้านที่เคยทำบุญในช่วงเวลาดังกล่าว
ผู้รับผิดชอบ	ฝ่ายขายและการตลาด
งบประมาณ	ไม่มีค่าใช้จ่ายทางการตลาดเพิ่ม

3.5 แผนการจัดวางโบรชัวร์ และสื่อสารผ่านร้านขายสังฆภัณฑ์ และโครงการจัดสรร

วัตถุประสงค์	เพื่อสื่อสารการให้บริการของบริษัทและเพิ่มโอกาสแผนการเข้าถึงลูกค้าที่มีแนวโน้มต้องการทำบุญ คือ ผู้ที่ชอบทำบุญเข้าวัด และ ผู้ที่กำลังซื้อที่อยู่อาศัย	
ระยะเวลาดำเนินการ	ตั้งแต่เดือนมกราคม – ธันวาคม 2551 โดยจะต้องนำโบรชัวร์ไปจัดวางยังร้านสังฆภัณฑ์ได้ 100 ร้าน และจัดวางยังโครงการจัดสรรได้ 30 โครงการภายในสิ้นปี	
วิธีดำเนินงาน	สร้างตัวแทนจำหน่ายที่เป็นร้านสังฆภัณฑ์และโครงการจัดสรร 1. เข้าไปนำเสนอการให้บริการ กับร้านสังฆภัณฑ์ และโครงการจัดสรร 2. ขอพื้นที่จัดวางโบรชัวร์แนะนำบริการ พร้อม Brochure Placeholder	
ผู้รับผิดชอบ	ฝ่ายขายและการตลาด	
งบประมาณ	Brochure Placeholder 130 อัน @ 250 บาท	32,500 บาท
	รวม	32,500 บาท

3.6 การส่งการ์ดอวยพรวันครบรอบบริษัทล่วงหน้า 1 เดือน

วัตถุประสงค์	1. เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่น่าเชื่อถือให้กับบริษัท อยู่เย็นเป็นสุข และบริการรับจัดงานบุญ 2. เพื่อกระตุ้นการใช้บริการของบริษัทในกลุ่มลูกค้าองค์กรในช่วงเวลาที่มีโอกาสการใช้บริการสูง
ระยะเวลาดำเนินการ	จัดทำการ์ดในเดือนมกราคม 2551 และจัดส่งการ์ดตลอดทั้งปี เดือนละ 2,000 บริษัท

วิธีดำเนินงาน	<ol style="list-style-type: none"> 1. ออกแบบการ์ดอวยพรวันครบรอบวันเกิดบริษัท โดยใช้โทนสี ขาว เหลือง น้ำตาล ที่ให้ความรู้สึกอบอุ่น สงบ เรียบง่าย และน่าเชื่อถือ เช่นเดียวกับสื่ออื่นๆของบริษัทฯ เน้นอวยพรด้วยข้อความในทางธรรมและเป็นมงคลต่อบริษัท 2. ดึงข้อมูลลูกค้าเป้าหมายที่มีวันครบรอบบริษัทใน 1-2 เดือน ข้างหน้า จาก Database 3. จัดส่งการ์ดอวยพร พร้อมแนบโบรชัวร์ขนาดเล็กทุกเดือน 												
ผู้รับผิดชอบ	ฝ่ายขายและการตลาด												
งบประมาณ	<table border="0"> <tr> <td>Production Cost Card</td> <td></td> <td>5,000 บาท</td> </tr> <tr> <td>จัดพิมพ์ Card @ 4 บ.</td> <td>22,000 ใบ</td> <td>88,000 บาท</td> </tr> <tr> <td>ค่าจัดส่ง @ 3 บ.</td> <td>22,000 ใบ</td> <td>66,000 บาท</td> </tr> <tr> <td>รวม</td> <td></td> <td><u>159,000 บาท</u></td> </tr> </table>	Production Cost Card		5,000 บาท	จัดพิมพ์ Card @ 4 บ.	22,000 ใบ	88,000 บาท	ค่าจัดส่ง @ 3 บ.	22,000 ใบ	66,000 บาท	รวม		<u>159,000 บาท</u>
Production Cost Card		5,000 บาท											
จัดพิมพ์ Card @ 4 บ.	22,000 ใบ	88,000 บาท											
ค่าจัดส่ง @ 3 บ.	22,000 ใบ	66,000 บาท											
รวม		<u>159,000 บาท</u>											

3.7 การนำเสนอบริการของบริษัทโดยตรงไปยังบริษัทต่างๆ

วัตถุประสงค์	1. แนะนำรายละเอียดการให้บริการต่อลูกค้าที่สนใจโดยตรง
ระยะเวลาดำเนินการ	ดำเนินการต่อเนื่องตลอดทั้งปี
วิธีดำเนินงาน	<ol style="list-style-type: none"> 1. พนักงานขายและปฏิบัติพิธีสงฆ์ หรือ พนักงานขายและบริการลูกค้า เข้าไปนำเสนอบริการรับจัดงานทำบุญบ้านโดยตรงกับลูกค้า ยังสถานที่ที่ลูกค้าสะดวก 2. ใช้เครื่องมือ Sales Kit ในการนำเสนอ
ผู้รับผิดชอบ	ฝ่ายขายและการตลาด
งบประมาณ	ไม่มีค่าใช้จ่ายทางการตลาดเพิ่ม

3.8 จัดทำเว็บไซต์ของบริษัท

วัตถุประสงค์	<ol style="list-style-type: none"> 1. เพื่อเป็นช่องทางในการให้ข้อมูลกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่สนใจ 2. เพื่อสนับสนุนให้เกิดการสื่อสาร 2 ทางกับกลุ่มเป้าหมาย
ระยะเวลาดำเนินการ	จัดเตรียมเว็บไซต์ 2 เดือนคือ มกราคม- กุมภาพันธ์ 2551 และเริ่มเปิดดำเนินการ ในเดือนมีนาคม 2551
วิธีดำเนินงาน	<p>พัฒนาเว็บไซต์ของบริษัทฯ ชื่อว่า “อยู่เย็นเป็นสุข งานบุญครบวงจร” www.yooyenpensuk.com โดยใช้โทนสี ครีมน้ำตาล จัดหน้าคล้าย นิตยสารและมีการ Up-date ข้อมูลบางส่วนในเว็บไซต์ทุกเดือน เว็บไซต์มีลักษณะ Active รองรับการสื่อสาร 2 ทาง ทั้งจากบริษัทและกลุ่มเป้าหมายที่เข้าเยี่ยมชมเว็บไซต์ โดยเนื้อหาประกอบด้วยแต่ละส่วน ดังนี้</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ข้อมูลบริษัท การติดต่อ และรายละเอียดการให้บริการ 2. การแนะนำเกี่ยวกับความรู้เรื่องพิธีบุญต่างๆ ความสำคัญของพิธีบุญ เกร็ดความรู้เกี่ยวกับการทำบุญและพิธีการทำบุญ

3. ข้อมูลข่าวสารกิจกรรมการทำบุญของทั่วประเทศ เช่น กิจกรรมทอดผ้าป่า งานบุญต่างๆ ทริปทัวร์ทำบุญ หน่วยงานต่างๆ ที่ต้องการการรับบริจาค ฯลฯ

4. Web Board ถามตอบเกี่ยวกับการทำบุญและพิธีการทำบุญ ฝ่ายขายและการตลาด

ผู้รับผิดชอบ

งบประมาณ

ค่าใช้จ่ายจัดทำเว็บไซต์พร้อมการดูแล 1 ปี 500,000 บาท

รวม 500,000 บาท

3.9 จัดทำ Web-link จากเว็บไซต์อื่นๆ และการโฆษณาทางเว็บไซต์

วัตถุประสงค์

1. เพื่อสร้าง Brand Awareness ใน อยู่เย็นเป็นสุข และบริการรับจัดงานบุญ
2. เพื่อเพิ่มโอกาสในการเข้ามาเยี่ยมชมเว็บไซต์ของบริษัท

ระยะเวลาดำเนินการ

หลังจากการสร้างเว็บไซต์เสร็จเรียบร้อยในเดือน กุมภาพันธ์ 2551 และ Link ต่อเนื่องตลอดทั้งปี

วิธีดำเนินงาน

จัดทำ Web link จากเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ เว็บไซต์เกี่ยวกับศาสนา กิจกรรมการทำบุญ เว็บไซต์เกี่ยวกับบ้าน เว็บไซต์เกี่ยวกับธุรกิจรับจัดงาน

1. เว็บไซต์เกี่ยวกับศาสนา เช่น

- <http://www.dhammathai.org> เว็บไซต์ความรู้เกี่ยวกับพระพุทธศาสนา
- <http://www.buddhadhamma.net/> เว็บไซต์ชมรมเวบพระพุทธศาสนา
- <http://www.dhammajak.net/> เว็บไซต์เผยแพร่หลักธรรมคำสอนทางศาสนา
- <http://www.84000.org/anisong.html> เว็บไซต์รวบรวมเนื้อหาของพระไตรปิฎก
- <http://www.buddhadasa.org/html/news/boon.html> เว็บไซต์อัปเดตข่าวประวัติและรวบรวมคำสอนเกี่ยวกับท่านพุทธทาสภิกขุ
- <http://www.dmc.tv/pages/> เว็บไซต์สถานีรายการธรรมะที่ส่งสัญญาณออกอากาศผ่านดาวเทียม

2. เว็บไซต์กิจกรรมการทำบุญ เช่น

- <http://www.thumbon.com/> เว็บไซต์สื่อกลางทำบุญสังคมออนไลน์
- <http://www.budpage.com/> เว็บไซต์รวบรวมความรู้เกี่ยวกับศาสนาและเรื่องเกี่ยวกับการทำบุญสำหรับคนยุคใหม่
- <http://e-charity.thai.com/> เว็บไซต์สื่อกลางเผยแพร่ข้อมูลมูลนิธิต่างๆ และการบริจาคผ่านระบบออนไลน์

3. เว็บไซต์เกี่ยวกับบ้าน เช่น

- www.baanlaesuan.com เว็บไซต์ของหนังสือบ้านและสวน
- www.homedd.com เว็บไซต์การค้นหาบ้าน การแต่งบ้าน ฮวงจุ้ย

4. เว็บไซต์เกี่ยวกับความเชื่อทางโหราศาสตร์ เช่น

- <http://www.fortunename.com/> เว็บไซต์การตั้งชื่อมงคล และ Web board ถาม-ตอบเกี่ยวกับความเชื่อทางโหราศาสตร์
- <http://www.dd108.com> เว็บไซต์เกี่ยวกับการดูฤกษ์ยาม รวมถึงฤกษ์ในการทำบุญ ดูดวงประจำวัน
- <http://www.horahut.com> เว็บไซต์บ้านโหรา รวบรวมเรื่องเกี่ยวกับโหราศาสตร์ รวมถึงการแต่งบ้านตามราศี
- <http://www.fengshuihut.com/> เว็บไซต์บ้านฮวงจุ้ย รวบรวมความเชื่อเกี่ยวกับฮวงจุ้ย
- <http://www.fengshuiclinic.com/> เว็บไซต์รวบรวมบทความเกี่ยวกับฮวงจุ้ย

โดยเว็บไซต์ที่จะลง Banner Advertising 5 เว็บไซต์ ประกอบด้วย <http://www.dmc.tv/pages/> <http://www.budpage.com/> www.baanlaesuan.com, <http://www.dd108.com> และ <http://www.fengshuihut.com/>

ผู้รับผิดชอบ	ฝ่ายขายและการตลาด
งบประมาณ	ไม่มีค่าใช้จ่ายทางการตลาดในการทำ web link แต่มีค่าใช้จ่ายในการทำ Banner Advertising ในบางเว็บไซต์ 1 เดือน เว็บละ 1000 บ. โดยคาดว่าจะมีเว็บไซต์ที่ต้องลงโฆษณา ประมาณ 5 เว็บไซต์ รวมเป็นเงิน 5,000 บาท

3.10 จัดลำดับการ Search ใน Search Engine ให้อยู่ใน 10 อันดับแรก

วัตถุประสงค์	<ol style="list-style-type: none"> 1. เพื่อสร้าง Brand Awareness ใน อยู่เย็นเป็นสุข และบริการรับจัดงานบุญ 2. เพื่อเพิ่มโอกาสในการเข้ามาเยี่ยมชมเว็บไซต์ของบริษัท
ระยะเวลาดำเนินการ	หลังจากการสร้างเว็บไซต์เสร็จเรียบร้อยในเดือน กุมภาพันธ์ 2551 และ Link ต่อเนื่องตลอดทั้งปี
วิธีดำเนินงาน	<ol style="list-style-type: none"> 1. ติดต่อทางเว็บไซต์ที่เป็น search engine เพื่อ Register เว็บไซต์ของบริษัทเข้าไปยัง Search Engine ให้นกรณที่มีผู้ค้นหาคำว่า “ ทำบุญ ” “ ทำบุญเลี้ยงพระ ” “ ทำบุญบ้าน ” “ ขึ้นบ้านใหม่ ” “ วันเกิด ” “ ต่ออายุ ” “ รับจัดงาน ” ในเว็บไซต์ที่เป็น Search Engine เช่น www.yahoo.com, www.google.com, www.sanook.com, www.hunsa.com 2. กำหนดข้อความ Search เพื่อเชื่อมโยงมายังเว็บไซต์บริษัท คือ www.yooyenpensuk.co.th แหล่งรวมข้อมูลความรู้และ link เกี่ยวกับการทำบุญต่างๆ และข้อมูลบริษัท อยู่เย็นเป็นสุข จำกัด เป็นผู้ให้บริการรับจัดงานบุญครบวงจร ซึ่งประกอบด้วย พิธีงานบุญบ้านและงานทำบุญบริษัทประจำปี การทำบุญขึ้นบ้านใหม่และเปิดบริษัทใหม่ (รวมถึงพิธีกรรมจัดตั้งศาลพระภูมิ) การทำบุญครบรอบวันเกิด และการทำบุญอุทิศของผู้เสียชีวิต”
ผู้รับผิดชอบ	ฝ่ายขายและการตลาด

งบประมาณ	ค่าใช้จ่ายในการกำหนดให้อยู่อันดับต้นๆในการ Search	
	@ 5,000 บ. 4 เว็บไซต์	20,000 บาท
	รวม	<u>20,000</u> บาท

3.11 การส่ง E-mail แนะนำบริษัท เพื่อให้เกิดการส่งต่อกัน

วัตถุประสงค์

1. เพื่อสร้าง Brand Awareness ใน บริษัท อยู่ เย็น เป็น สุข และ บริการรับจัดงานบุญ
2. เพื่อให้ข้อมูลรายละเอียดเกี่ยวกับบริการรับจัดงานบุญ และสร้างการรับรู้ ว่า อยู่เย็นเป็นสุข เป็นผู้ให้บริการรับจัดงานบุญที่ครบวงจรและมีความเชี่ยวชาญสามารถจัดงานบุญได้อย่างครบถ้วนถูกต้อง

ระยะเวลาดำเนินการ

จัดทำ 1 เดือน ในเดือนมกราคม 2550 และจัดส่ง Email ตลอดทั้งปี

วิธีดำเนินงาน

1. จัดทำภาพ Jpeg เพื่อส่งเป็น e-mail เพื่อส่งให้กับกลุ่มเป้าหมายในกทม. ที่มี การใช้อินเทอร์เน็ต ลักษณะ เหมือนภาพที่ scan จากนิตยสาร ในคอลัมน์ที่แนะนำเกี่ยวกับบริการแนวใหม่ในนิตยสารบ้านและสวน/หนังสือผู้หญิง (ใช้ Art Work เดียวกับ Advertorial หนังสือบ้านและสวน)
2. ให้ข้อมูลสั้นๆเกี่ยวกับบริการ บริษัท และการติดต่อ ตั้งหัวข้อประเด็น Email ให้น่าสนใจ เช่น “บริการแบบนี้ก็มีด้วย?” “เกร็ดความรู้เกี่ยวกับการทำบุญ” “เชิญชวนทำบุญ.....” “ทำบุญบ้าน ร้านค้า บริษัท ยุคใหม่ ไม่ยากอย่างที่คิด”โดยเนื้อหาตอนท้ายจะเป็นภาพแนะนำบริการของบริษัท อยู่เย็นเป็นสุข ที่เน้นภาพสวยงาม
3. ใช้โทนสี ขาว เหลือง น้ำตาล ที่ให้ความรู้สึกอบอุ่น สงบ เรียบง่าย และน่าเชื่อถือ เช่นเดียวกับสื่ออื่นๆของบริษัทฯ

ผู้รับผิดชอบ

ฝ่ายขายและการตลาด

งบประมาณ

Production Cost - บาท

(ใช้ Art Work เดียวกับ Advertorial หนังสือบ้านและสวน

จึงไม่มีค่าใช้จ่ายทางการตลาดเพิ่มเติม)

3.12 จัดทำ Flash Game หรือ Cartoon เพื่อให้ส่ง E-mail ต่อๆกัน

วัตถุประสงค์

1. เพื่อสร้าง Brand Awareness ใน บริษัท อยู่ เย็น เป็น สุข และ บริการรับจัดงานบุญ
2. เพื่อเพิ่มโอกาสในการเข้ามาเยี่ยมชมเว็บไซต์ของบริษัท

ระยะเวลาดำเนินการ

จัดทำ 2 เดือน ในเดือนกุมภาพันธ์ – มีนาคม 2550 และจัดส่ง Email ตลอดทั้งปี

วิธีดำเนินงาน

1. จัดทำ Flash Game เกี่ยวกับการทำบุญ ที่มีภาพเป็นการ์ตูนน่ารัก และมี ภาพจบเป็นแบรนด์ อยู่เย็นเป็นสุข ข้อมูลบริการ web link ไปยังเว็บไซต์ บริษัท และการติดต่อบริษัท

	2. เผยแพร่เกมทาง e-mail	
ผู้รับผิดชอบ	ฝ่ายขายและการตลาด	
งบประมาณ	Production Cost	15,000 บาท
	รวม	<u>15,000</u> บาท

3.13 การสร้างกระทู้และตอบกระทู้ในเว็บบอร์ดที่เป็นที่นิยม

วัตถุประสงค์	1. เพื่อกระตุ้นความสนใจในบริการรับจัดงานบุญ 2. เพื่อสร้าง Brand Awareness ในบริษัท อยู่เย็นเป็นสุข
ระยะเวลาดำเนินการ	ดำเนินการตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม - ธันวาคม 2550
วิธีดำเนินงาน	สร้างกระทู้และตอบกระทู้ในเว็บบอร์ดที่เป็นที่นิยม เกี่ยวกับธุรกิจรับจัดงานบุญครบวงจร และเกี่ยวกับบริการของบริษัท อยู่เย็นเป็นสุข เช่น กระทู้ในเว็บไซต์ www.pantip.com ในห้องศาสนา และเว็บไซต์ใน web link ที่มีเว็บบอร์ด เพื่อสร้างการรับรู้ในธุรกิจอย่างกว้างขวาง
ผู้รับผิดชอบ	ฝ่ายขายและการตลาด
งบประมาณ	ไม่มีค่าใช้จ่ายทางการตลาดเพิ่มเติม

3.14 การให้ข่าว (Publicity) ในนิตยสารและหนังสือพิมพ์

วัตถุประสงค์	1. เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่น่าเชื่อถือให้กับบริษัท อยู่เย็นเป็นสุข และบริการรับจัดงานบุญ 2. เพื่อสร้าง Brand Awareness ใน บริษัท อยู่เย็นเป็นสุข และ บริการรับจัดงานบุญ โดยเฉพาะในกลุ่มลูกค้าองค์กร
ระยะเวลาดำเนินการ	จัดทำข่าวทุกๆ 2 เดือน รวม 6 ครั้ง ใน 1 ปี
วิธีดำเนินงาน	1. จัดทำข่าวและภาพข่าวเพื่อส่งให้สื่อ โดยเน้นหัวข้อหรือคอลัมน์ ที่เกี่ยวกับการแนะนำสินค้าและบริการแปลกใหม่ หรือคอลัมน์เกี่ยวกับเจ้าของธุรกิจรุ่นใหม่ ในหนังสือพิมพ์และนิตยสาร ผู้จัดการออนไลน์ มติชนรายสัปดาห์ หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ หนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจ หนังสือพิมพ์คมชัดลึก หนังสือแพรว คลีโอ และบ้านและสวน 2. หัวข้อข่าว ได้แก่ <ul style="list-style-type: none"> - การจัดงานบุญง่ายๆแบบคนยุคใหม่ - รูปแบบใหม่ของการจัดงานทำบุญ - ทำบุญขึ้นบ้านใหม่ ไม่ยากเลย - เจ้าของธุรกิจ รูปแบบใหม่(สัมภาษณ์ผู้บริหาร) - คนยุคใหม่ใส่ใจการทำบุญ - ข่าวด้านผลการใช้บริการ ความนิยมในธุรกิจ
ผู้รับผิดชอบ	ฝ่ายขายและการตลาด
งบประมาณ	ไม่มีค่าใช้จ่ายในการจัดทำข่าว

3.15 Advertorial ผ่านหนังสือบ้านและสวน

<u>วัตถุประสงค์</u>	<ol style="list-style-type: none"> 1. เพื่อสร้าง Brand Awareness ใน บริษัท อยู่เย็นเป็นสุข และ บริการรับจัดงานบุญ 2. เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือของบริษัท 												
<u>ระยะเวลาดำเนินการ</u>	จัดทำ ในช่วงเดือนมกราคม – กุมภาพันธ์ 2551 และลงในนิตยสาร 3 ครั้ง คือ เดือน มีนาคม พฤษภาคม และกันยายน 2551												
<u>วิธีดำเนินงาน</u>	<ol style="list-style-type: none"> 1. จัดทำ Advertorial 1 ชุด 1หน้า โดยใช้ทีมงานของหนังสือบ้านและสวน ในการจัดทำ ลักษณะ เหมือนบทความจากนิตยสารเอง ในคอลัมน์ที่แนะนำเกี่ยวกับบริการแนวใหม่ในนิตยสารบ้านและสวน/ 2. ตั้งหัวข้อลึกลับ ให้น่าสนใจ เช่น “บริการแบบนี้ก็มีด้วย?” “เกร็ดความรู้เกี่ยวกับการทำบุญ” “เชิญชวนทำบุญ.....” “ทำบุญบ้าน ร้านค้า บริษัท ยุคใหม่ ไม่ยากอย่างที่คิด” โดยเนื้อหาตอนท้ายจะเป็นภาพแนะนำบริการของบริษัท อยู่เย็นเป็นสุข ที่เน้นภาพสวยงาม 3. ให้ข้อมูลสั้นๆเกี่ยวกับบริการ บริษัท และการติดต่อ 4. ใช้โทนี่ สีขาว เหลือง น้ำตาล ที่ให้ความรู้สึกอบอุ่น สงบ เรียบง่าย และน่าเชื่อถือ เช่นเดียวกับสื่ออื่นๆของบริษัทฯ 												
<u>ผู้รับผิดชอบ</u>	ฝ่ายขายและการตลาด												
<u>งบประมาณ</u>	<p>- ค่าใช้จ่าย Advertorial</p> <table border="0"> <tr> <td>Production</td> <td>@10,000</td> <td>1 ก๊อปปี้</td> <td>10,000 บาท</td> </tr> <tr> <td>ค่าลง Advertorial บ้านและสวน</td> <td>@35,000</td> <td>3 ครั้ง</td> <td>105,000 บาท</td> </tr> <tr> <td>รวม</td> <td></td> <td></td> <td><u>115,000 บาท</u></td> </tr> </table>	Production	@10,000	1 ก๊อปปี้	10,000 บาท	ค่าลง Advertorial บ้านและสวน	@35,000	3 ครั้ง	105,000 บาท	รวม			<u>115,000 บาท</u>
Production	@10,000	1 ก๊อปปี้	10,000 บาท										
ค่าลง Advertorial บ้านและสวน	@35,000	3 ครั้ง	105,000 บาท										
รวม			<u>115,000 บาท</u>										

3.16 Sponsor Program “Green Charity” ของคลื่นวิทยุ Green Wave

<u>วัตถุประสงค์</u>	<ol style="list-style-type: none"> 1. เพื่อสร้าง Brand Awareness ใน บริษัท อยู่ เย็น เป็น สุข และ บริการรับจัดงานบุญ
<u>ระยะเวลาดำเนินการ</u>	จัดทำ ในช่วงเดือนเมษายน 2551
<u>วิธีดำเนินงาน</u>	<ol style="list-style-type: none"> 1. สนับสนุนโปรแกรม Green Charity ของคลื่น Green Wave 106.5 ซึ่งเป็นรายการเล่นเกมตอบคำถาม เพื่อสะสมเงินไปทำบุญในโครงการหรือมูลนิธิการกุศล ของแต่ละเดือน 2. บริษัทฯ จะเข้าไปสนับสนุนเงินทำบุญส่วนหนึ่ง และ สนับสนุนการจัด Green Charity โดยเดินทางไปทำบุญร่วมกัน ณ มูลนิธิ และจัดงานทำบุญมูลนิธิให้ด้วย โดยบริษัทเป็นผู้ Organize และออกค่าใช้จ่ายให้ จำนวนผู้ร่วม Trip รวม DJ 30 คน 3. คลื่นวิทยุจะต้องกล่าวถึงผู้สนับสนุน คือบริษัททุกครั้งที่มีการเล่นเกมครบคลุมเวลา 1เดือน

ผู้รับผิดชอบ	ฝ่ายขายและการตลาด	
งบประมาณ	ค่าใช้จ่ายร่วมทำบุญ	10,000 บาท
	ค่าจัดงาน รวมค่าอาหาร 30 คน	12,500 บาท
	ค่าเดินทาง	7,500 บาท
	รวม	<u>30,000</u> บาท

3.17 การเข้าร่วม Exhibition ที่เกี่ยวกับการทำบุญ ที่อยู่อาศัย หรือ ธุรกิจรับจัดงาน

วัตถุประสงค์	1. เพื่อเป็นช่องทางในการให้ข้อมูลสินค้ากับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่สนใจ 2. เพื่อสร้าง Brand Awareness ใน บริษัท อยู่เย็นเป็นสุข และ บริการรับจัดงานบุญ	
ระยะเวลาดำเนินการ	เข้าร่วมงาน Exhibition 2 ครั้ง ในเดือนพฤษภาคม และ พฤศจิกายน 2551	
วิธีดำเนินงาน	1. เข้าร่วมงาน Exhibition ของบ้านและสวนแฟร์ ในเดือนพฤศจิกายน 2551 และ งานแฟร์ธุรกิจรับจัดงานในเดือนพฤษภาคม 2. เข้าร่วมในลักษณะบูธขนาด 1 Block เน้นภาพ Reference ตกแต่งให้น่าเชื่อถือ และผู้นำเสนอในบูธเป็นผู้ดำเนินพิธีเพื่อให้สามารถตอบคำถามได้ชัดเจน	
ผู้รับผิดชอบ	ฝ่ายขายและการตลาด	
งบประมาณ	ค่าใช้จ่ายเช่าพื้นที่บูธ @15,000 บ. 2 ครั้ง 30,000 บาท ค่าตกแต่งบูธ(นอกเหนือจากการใช้ Mini Kiosk) 10,000 บาท (@ 5,000 บ. 2 ครั้ง)	
	รวม	<u>40,000</u> บาท

3.18 การแนะนำบริการผ่าน Mini Kiosk ในโครงการบ้านจัดสรรหรือคอนโดมิเนียมใหม่

วัตถุประสงค์	1. เพื่อเป็นช่องทางในการให้ข้อมูลสินค้ากับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเจ้าของบ้านที่มีโอกาสในการใช้บริการรับจัดงานทำบุญขึ้นบ้านใหม่สูง	
ระยะเวลาดำเนินการ	เริ่มตั้งแต่เดือน มกราคม - ธันวาคม 51 เดือนละ 3 โครงการ	
วิธีดำเนินงาน	1. จัดทำ Mini Kiosk ขนาดเล็ก เพื่อใช้ตั้งบูธ ออกแบบให้เรียบง่าย สวยงาม และเคลื่อนย้ายง่าย 2. นำเสนอบริษัทและการบริการในโครงการบ้านจัดสรรและคอนโดมิเนียมที่สร้างแล้วเสร็จใหม่ๆ โดยตั้งบูธในบริเวณส่วนกลางของโครงการ โดยติดต่อผ่านทางผู้บริหารโครงการ พร้อมแจกโบรชัวร์ 3. จัดทำเดือนละ 3 โครงการ	
ผู้รับผิดชอบ	ฝ่ายขายและการตลาด	
งบประมาณ	ค่าจัดทำ kiosk @10,000 บ. 2 ชุด 20,000 บาท	
	รวม	<u>20,000</u> บาท

3.19 Consumer promotion : Member get member Program

วัตถุประสงค์	1. เพื่อสร้างการบอกต่อในกลุ่มลูกค้าที่เคยใช้บริการ 2. เพื่อเพิ่มโอกาสในการขาย
ระยะเวลาดำเนินการ	มกราคม - ธันวาคม 2551
วิธีดำเนินงาน	1. ดำเนินโปรแกรมส่งเสริมการขายในรูปแบบแนะนำสมาชิก โดยลูกค้าที่เคยใช้บริการและแนะนำลูกค้ารายอื่นมาใช้บริการ ลูกค้าที่ได้รับการแนะนำมานั้นจะได้รับส่วนลดพิเศษ 1,000 บาท/งาน และลูกค้าที่แนะนำ จะได้รับส่วนลดพิเศษ 1,000 บ./งาน เช่นกันในการใช้บริการครั้งต่อไป แต่หากแนะนำลูกค้าใหม่มาใช้บริการถึง 3 ท่าน ส่วนลดในการใช้บริการจะเพิ่มเป็น 2,000 บาท นอกจากนี้ทุกครั้งที่แนะนำจะได้รับเป็นของขวัญสามารถเลือกรับได้เป็น กระเช้าธรรม (ชุดหนังสือธรรมะ) หรือกระเช้าบุญ (ชุดทำบุญสังฆทาน) 2. สื่อสารโปรแกรมผ่านทางเว็บไซต์และทำใบแทรกในหนังสือสัญญาการใช้บริการ 3. คาดว่าจะมีการแนะนำบริการทั้งหมด 8% ของงานที่บริษัทให้บริการทั้งหมด หรือประมาณ 30 งาน และคาดว่าจะมีลูกค้าหากแนะนำลูกค้าใหม่มาใช้บริการถึง 3 ท่าน ประมาณ 3 งาน
ผู้รับผิดชอบ	ฝ่ายขายและการตลาด
งบประมาณ	
ประมาณการส่วนลดลูกค้าที่ได้รับการแนะนำมา	@ 1000 บ. 30 งาน 30,000 บาท
ประมาณการส่วนลดลูกค้าที่เป็นผู้แนะนำ	@ 1000 บ. 27 งาน 27,000 บาท
	@ 2000 บ. 3 งาน 6,000 บาท
ของขวัญลูกค้าที่แนะนำ	@ 300 บ. 30 ชิ้น 9,000 บาท
รวม	<u>72,000 บาท</u>

3.20 ของสมนาคุณสำหรับผู้ให้บริการ เพื่อให้เป็นของขวัญเป็นน้ำใจในโอกาสการทำบุญ

วัตถุประสงค์	1. เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับค้า 2. เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีในนามในทางศาสนาให้กับบริษัท
ระยะเวลาดำเนินการ	จัดหา 2 ครั้ง คือ เดือน มกราคม และ เดือน สิงหาคม 2551
วิธีดำเนินงาน	1. จัดหาของชำร่วยเพื่อแจกให้ลูกค้าที่ใช้บริการจัดงานบุญ 2. กลุ่มลูกค้าองค์กรจะจัดหาพระพุทธรูปขนาดเล็กเพื่อให้เป็นของขวัญ 3. กลุ่มลูกค้าเจ้าของบ้านจะให้ของขวัญเป็น “ตะกร้าธรรม” เป็นชุดของขวัญที่เป็นหนังสือธรรมะที่อ่านง่ายเป็นชุดเล่มขนาดเล็ก เช่น หนังสือของพระ ว.วชิระเมธี ที่คนยุคใหม่เข้าใจได้ง่าย 4. มอบของขวัญให้กับลูกค้าทุกครั้งที่จัดงาน

ผู้รับผิดชอบ	ฝ่ายขายและการตลาด		
งบประมาณ	ของขวัญลูกค้าองค์กร @ 500 บ. 278 ชิ้น		139,000 บาท
	ของขวัญลูกค้าเจ้าของบ้าน @ 300 บ. 111 ชิ้น		33,300 บาท
	รวม		<u>172,300</u> บาท

ตารางที่ 5.9 สรุปกิจกรรม งบประมาณและช่วงเวลาดำเนินงานของแผนการตลาดในปีแรก

กิจกรรมการตลาด	งบประมาณ รวม(บ.)	งบประมาณและช่วงเวลาดำเนินงาน											
		ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.
1. แผนปฏิบัติการด้านผลิตภัณฑ์													
1.1 ปรับปรุงรายละเอียดใน Package	-												
1.2 เพิ่ม Line การให้บริการ	-												
2. แผนปฏิบัติการด้านช่องทางการจัดจำหน่าย													
2.1 พัฒนาศักยภาพพนักงานใหม่	-												
3. แผนปฏิบัติการด้านสื่อสารการตลาด													
3.1 จัดทำโบรชัวร์	483,000		315,000						168,000				
3.2 จัดทำ นามบัตร	43,250		27,000					16,250					
3.3 การจัดทำ Sales Kit	15,000		15,000										
3.4 จัดทำ Database ในการเก็บข้อมูล	-												
3.5 จัดวางโบรชัวร์ในร้านส่งสมภัณฑ์/โครงการจัดสรร	32,500	32,500											
3.6 ส่งการ์ดอวยพรวันครบรอบบริษัทล่วงหน้า	159,000	18,000	13,000	13,000	13,000	13,000	13,000	13,000	13,000	13,000	13,000	12,000	12,000
3.7 การนำเสนอบริการโดยตรงไปยังลูกค้าองค์กร	-												
3.8 จัดทำเว็บไซต์ของบริษัท	500,000	250,000	250,000										
3.9 จัดทำ Web-link จากเว็บไซต์อื่นๆ	5,000		5,000										
3.10 จัดลำดับการ Search ใน Search Engine	20,000		20,000										
3.11 E-mail แนะนำบริษัท	-												
3.12 จัดทำ Flash Game ให้ส่ง E-mail ต่อกัน	15,000			15,000									
3.13 สร้างกระทู้และตอบกระทู้ในเว็บบอร์ด	-												
3.14 การให้ข่าว (Publicity)	-												
3.15 Advertorial ผ่านหนังสือบ้านและสวน	115,000			45,000		35,000				35,000			

ตารางที่ 5.9 (ต่อ) สรุปกิจกรรม งบประมาณและช่วงเวลาดำเนินงานของแผนการตลาดในปีแรก

กิจกรรมการตลาด	งบประมาณรวม(บ.)	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.
3.16 Sponsor Program "Green Charity"	30,000				30,000								
3.17 การเข้าร่วม Exhibition	40,000					20,000						20,000	
3.18 Mini Kiosk ในโครงการบ้านจัดสรร	20,000	20,000											
3.19 Consumer Promotion Member get Member	72,000					6,000	6,000	8,000	8,000	9,000	10,000	11,000	12,000
3.20 ของสมนาคุณสำหรับผู้ใช้บริการ	172,300				9,800	13,700	16,300	18,600	20,400	22,200	23,500	24,300	23,500
รวมค่าใช้จ่าย(บาท)	1,722,050	320,500	645,000	73,000	52,800	88,700	36,300	55,850	209,400	79,200	46,500	67,300	47,500