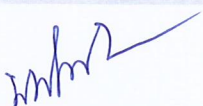


นโยบายการขายและการตลาด (Sales and Marketing Policy)

มีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2564

จัดทำโดย : นายบัณฑิต คุณาเรืองโรจน์ Vice President – Retail Marketing	อนุมัติโดย : คณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 8/2564 โดยนายอนิวรรต ศรีรุ่งธรรม ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร
	
19 สิงหาคม 2564	29 กันยายน 2564

 ของวราวุฒนันท์ความสูงที่มีคุณค่า	นโยบาย การขายและการตลาด	รหัสเอกสาร	MKP-2564-01-01
		วันที่มีผลบังคับใช้	01/10/2564
		แก้ไขครั้งที่	01
		หน้าที่	1

บริษัท ออโรรา ดีไซน์ จำกัด (“บริษัท”) ตระหนักถึงความสำคัญของการดำเนินธุรกิจตามหลักบรรษัทภิบาล จึงกำหนดแนวปฏิบัติในการดำเนินธุรกิจ (Business Code of Conduct) และหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี (Corporate Governance) ซึ่งสอดคล้องกับนโยบาย หลักเกณฑ์ กฎระเบียบ และข้อบังคับของบริษัทฯ โดยคำนึงถึงความต้องการ และประโยชน์ของลูกค้าและผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่ายเป็นสำคัญ อันจะนำมาซึ่งความเชื่อมั่น และการเติบโตของธุรกิจอย่างยั่งยืน

ดังนั้น บริษัทฯ จึงกำหนดแนวทางด้านการขายและการตลาด เพื่อให้พนักงานทุกคนยึดมั่นปฏิบัติตามกลยุทธ์และทิศทางการดำเนินงานและการบริหารจัดการของฝ่ายงานด้านการขายและการตลาด รวมถึงบริการด้านขายฝาก (Sale with Right of Redemption) โดยมีการติดตามและประเมินผลการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ ประสิทธิผล โปร่งใส และสามารถตรวจสอบการทำงานได้

- โครงสร้างองค์กร บทบาท หน้าที่และความรับผิดชอบ

คณะกรรมการบริษัท และผู้บริหารระดับสูงให้ความสำคัญและสนับสนุนการดำเนินธุรกิจตามหลักการกำกับดูแลกิจการ ซึ่งคำนึงถึงประโยชน์ของลูกค้าเป็นสำคัญ จึงได้กำหนดนโยบายการขายและให้บริการด้านผลิตภัณฑ์อย่างเป็นธรรม ชี้แนะและกำหนดให้เป็นหัวใจของวัฒนธรรมองค์กร โดยเฉพาะเรื่องความซื่อสัตย์สุจริตทั้งต่อภายในองค์กรและลูกค้า บริษัทฯ มุ่งเน้นบุคลากรด้านการขายและการตลาดมีบทบาท หน้าที่และความรับผิดชอบในการทำงานตามนโยบายและกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงานอย่างเคร่งครัด โดยสอดคล้องกับมาตรฐานสากลในด้านต่าง ๆ เพื่อป้องกันและลดความเสี่ยงอันเกิดจากการไม่ปฏิบัติตามกฎหมาย กฎ ระเบียบ ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจและการให้บริการลูกค้า

รวมถึงกำหนดเงื่อนไขทางการค้าและปฏิบัติต่อลูกค้าทุกรายอย่างเป็นธรรม อีกทั้งต้องไม่ค้ากำไรเกินควรเมื่อเปรียบเทียบกับคุณภาพของสินค้าหรือบริการในชนิดหรือประเภทเดียวกัน

บริษัทฯ จึงมีการจัดโครงสร้างองค์กรโดยมุ่งตอบสนองต่อทิศทาง นโยบาย และกลยุทธ์ เพื่อประโยชน์สูงสุดในการขับเคลื่อนบริษัทฯ ให้บรรลุวัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์การตลาดและการขายที่กำหนดเอาไว้ โดยจัดโครงสร้าง และแบ่งกลุ่มงานของแต่ละฝ่ายงานอย่างชัดเจนและมีประสิทธิภาพ ซึ่งสนับสนุนการปฏิบัติที่เชื่อมโยงระหว่างกันในแต่ละฝ่ายงานภายในบริษัทฯ เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด ทั้งนี้ บริษัทฯ กำหนดกระบวนการตรวจสอบติดตาม และพิจารณาความเหมาะสมของโครงสร้างองค์กร และฝ่ายงานอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้สอดคล้องกับนโยบาย พันธกิจ และกลยุทธ์ของบริษัทฯ

- การคัดเลือกผลิตภัณฑ์และการจัดกลุ่มลูกค้า (Product Selection and Client Segmentation)

บริษัทฯ มีกระบวนการพิจารณาการออกสินค้าหรือคัดเลือกผู้ผลิตที่มีความเหมาะสมและมีคุณภาพมาเสนอขายให้กับลูกค้า ทั้งวิธีการรวบรวมข้อมูล สถิติ โดยนำมาผ่านกระบวนการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อใช้ในการพิจารณาการคัดสรรหาสินค้าหรือคัดเลือกสินค้าที่มีคุณภาพ ให้สอดคล้องตามความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป็นสำคัญ โดยคำนึงถึงความสะดวกสมผลทางด้านราคา คุณภาพเพื่อประโยชน์สูงสุดของลูกค้า ทั้งนี้การคัดเลือกผลิตภัณฑ์ การจัดกลุ่มลูกค้า รวมถึงราคาที่ต้องสอดคล้องกับกลไกทางการตลาดที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน และไม่ขัดกับนโยบายด้านการขายและการตลาดของบริษัทฯ

ด้านขายฝากมีกระบวนการรับซื้อฝากทรัพย์สินประเภททองคำ เพชร อัญมณี และเครื่องประดับที่มีมูลค่าจากกลุ่มลูกค้า (ผู้ขายฝาก) อย่างเป็นระบบและมีการคัดเลือกทรัพย์สินที่นำมาขายฝากโดยผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน และมีขั้นตอนการรักษาจัดเก็บทรัพย์สินที่ขายฝากไว้ในสถานที่เหมาะสมและมีความปลอดภัยระดับสูง เพื่อสร้างความมั่นใจให้แก่ลูกค้า

การคัดเลือกผลิตภัณฑ์และการจัดกลุ่มลูกค้าจะเป็นไปตามหลักเกณฑ์และแนวปฏิบัติของแต่ละฝ่ายงาน/แผนกที่เกี่ยวข้องกับด้านการขายและการตลาด รวมถึงบริการด้านขายฝาก

 AURORA ขอบเขตความรู้แห่งความสูงที่มิควูลค่า	นโยบาย การขายและการตลาด	รหัสเอกสาร	MKP-2564-01-01
		วันที่มีผลบังคับใช้	01/10/2564
		แก้ไขครั้งที่	01
		หน้าที่	2

● การสื่อสารและการให้ความรู้แก่พนักงานขาย (Communication and Training Program)

บริษัทกำหนดให้พนักงานขายต้องเข้าฝึกอบรมและทดสอบความรู้เกี่ยวกับสินค้าของแต่ละฝ่าย/แผนกอย่างสม่ำเสมอ และวิธีการรับซื้อฝาก-ไถ่ถอนทรัพย์สิน โดยมีการอบรมให้ความรู้ให้แกพนักงานขายทุกระดับชั้นโดยตรง เพื่อให้พนักงานมีความสามารถเพียงพอที่จะเสนอขายสินค้าให้แก่ลูกค้าตามกระบวนการขาย และดำเนินงานเกี่ยวกับด้านขายฝากที่กำหนดไว้ได้อย่างถูกต้อง ชัดเจน เพื่อประโยชน์ของลูกค้าและมั่นใจได้ว่าลูกค้าจะได้รับข้อเสนอที่เหมาะสม ได้รับข้อมูลที่ครบถ้วน และการให้บริการที่สร้างความประทับใจ ที่อำนวยความสะดวกตัดสินใจซื้อสินค้าหรือใช้บริการด้านขายฝากกับบริษัท สอดคล้องตามนโยบายการขายและการตลาด และบริษัทยังมีกำหนดให้พนักงานขายสอบวัดความรู้ ความเข้าใจในผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่องเป็นประจำทุกปี รวมถึงมีการฝึกอบรมการขายทุกครั้งที่ได้รับพนักงานใหม่เข้ามาปฏิบัติงาน

ทั้งนี้ เมื่อพนักงานติดปัญหา ข้อสงสัย หรือรับเรื่องร้องเรียนจากทางลูกค้า บริษัทมีพนักงานที่รับเรื่องและคอยประสานงาน แก้ไขปัญหาด้านการขายสินค้าและบริการด้านขายฝาก รวมถึงดูแลการรับเรื่องร้องเรียนจากทางลูกค้าและให้แนวทางการแก้ไขปัญหาให้กับพนักงาน เพื่อสื่อสารให้กับทางลูกค้าได้อย่างถูกต้อง ชัดเจน และเป็นธรรม

● กระบวนการขายและขายฝาก (Process of Sales and Sale with Right of Redemption)

1. บริษัทมีกระบวนการคัดเลือกพนักงานขายที่ต้องมีความรู้ความสามารถเพียงพอและเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ที่จะเสนอขาย โดยพิจารณาจากคุณสมบัติด้านการศึกษา องค์กรความรู้ ประสบการณ์ และต้องได้รับความเห็นชอบจากผู้บริหารในสายงาน
2. บริษัทจัดให้มีคู่มือในการปฏิบัติในกระบวนการขาย และกระบวนการขายฝากอย่างครบถ้วน ชัดเจน โดยพนักงานสามารถเข้าใจบทบาทและหน้าที่ที่ตนควรปฏิบัติให้เป็นไปอย่างถูกต้องและเหมาะสม
3. บริษัทจัดให้มีวิธีปฏิบัติงานที่ทำให้พนักงานรู้จักประเภทลูกค้า เพื่อให้สามารถนำเสนอสินค้าที่สอดคล้องกับลูกค้า รวมทั้งมีการให้ข้อมูลและการแจ้งเตือนความเสี่ยงต่างๆ ที่เหมาะสมกับลูกค้าในแต่ละท่าน
4. บริษัทจัดให้มีกระบวนการขาย และกระบวนการขายฝากที่เป็นธรรมและเป็นไปเพื่อประโยชน์ของลูกค้าตลอดจนไม่เอาเปรียบในความไม่รู้ของลูกค้า เพื่อให้มั่นใจได้ว่าลูกค้าจะได้รับการเสนอขายที่เหมาะสม ได้รับข้อมูลและการให้บริการที่ครบถ้วนที่ทำให้สามารถตัดสินใจซื้อได้ด้วยความเข้าใจที่ถูกต้อง
5. บริษัทจัดให้มีการสอบถามข้อมูลและทำความเข้าใจกับลูกค้า เพื่อให้พนักงานขายสามารถรวบรวมข้อมูลลูกค้าอย่างครบถ้วนเพียงพอ ตลอดจนเพื่อให้ทราบความต้องการ เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลที่เพียงพอสำหรับการเสนอขายสินค้า และสามารถให้คำแนะนำและนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมแก่ลูกค้าได้อย่างถูกต้อง
6. บริษัทจัดให้มีระบบงานการรักษาข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า เพื่อให้มั่นใจได้ว่าบริษัทสามารถเก็บรักษาข้อมูลลูกค้าไว้ในที่ปลอดภัย ป้องกันการสูญหาย การแก้ไข หรือการเข้าถึงโดยผู้ไม่มีหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง ตามกฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล รวมถึงกระบวนการทบทวนและปรับปรุงข้อมูลให้เป็นปัจจุบัน
7. บริษัทมีกระบวนการในการยืนยันตัวตนของลูกค้าที่เหมาะสมและน่าเชื่อถือ เพื่อให้มั่นใจว่าเป็นการตัดสินใจซื้อและ/หรือเป็นขายฝากของลูกค้าที่บริษัทได้ติดต่อและให้บริการ รวมถึงการติดตามตรวจสอบกระบวนการดังกล่าว
8. บริษัททบทวนและปรับปรุงข้อมูลของลูกค้าโดยไม่ชักช้า กรณีที่มูลค่า รูปแบบหรือวิธีการในการทำธุรกรรม การชำระเงิน รับชำระเงิน หรือการไถ่ทรัพย์สินของลูกค้าหรือผู้รับประโยชน์ที่แท้จริง มีการเปลี่ยนแปลงอย่างมีนัยสำคัญ หรือมีความไม่เหมาะสม หรือมีเหตุอันควรสงสัยเกี่ยวกับความน่าเชื่อถือ ความถูกต้องครบถ้วนของข้อมูลหรือเอกสารที่ลูกค้าให้ไว้กับบริษัท

 ขอมขวนแหวงความสุกคมีอคุณค่า	นโยบาย		รหัสเอกสาร	MKP-2564-01-01
	การขายและการตลาด		วันที่มีผลบังคับใช้	01/10/2564
			แก้ไขครั้งที่	01
			หน้าที่	3

• อำนาจอนุมัติเกี่ยวกับการขาย การให้ส่วนลด และส่งเสริมการขาย

บริษัทมีการกำหนดผู้มีอำนาจอนุมัติเกี่ยวกับการขายสินค้า การขายฝาก-ไถ่ทรัพย์สิน การให้ส่วนลด และส่งเสริมการขายไว้อย่างชัดเจน โดยจะต้องได้รับความเห็นชอบจากผู้บริหารตามอำนาจอนุมัติที่บริษัทได้กำหนดไว้ ซึ่งการให้ส่วนลดหรือส่งเสริมการขายต่างๆ งานด้านการขายและการตลาดแต่ละฝ่ายงาน/แผนกจะมีการวางแผนกลยุทธ์ให้เป็นประโยชน์และคุ้มค่าทั้งต่อลูกค้าและองค์กร มุ่งเน้นการสร้างภาพพจน์และประโยชน์ที่ลูกค้าและองค์กรจะได้รับเป็นสำคัญ

อำนาจอนุมัติการขาย การให้ส่วนลด และส่งเสริมการขายเป็นไปตามหลักเกณฑ์และแนวปฏิบัติของแต่ละฝ่ายงาน/แผนกที่เกี่ยวข้องกับด้านการขายและการตลาด รวมถึงบริการด้านการขายฝาก

• การกำหนดวิธีจ่ายค่าตอบแทน (Remuneration Structure)

บริษัทกำหนดวิธีการคำนวณค่าตอบแทนให้กับพนักงานขายอย่างเหมาะสมและเป็นธรรม นอกเหนือจากเงินเดือนที่พนักงานแต่ละคนได้รับ โดยเป็นการให้ผลตอบแทนระยะสั้นประกอบด้วย ค่าคอมมิชชั่น โบนัส รวมถึงเงินพิเศษจากการจัดกิจกรรมโปรโมชั่นและสิทธิประโยชน์อื่นๆ ตามยอดขายของพนักงานแต่ละคน ซึ่งอัตราการคิดผลตอบแทนดังกล่าวจะต้องได้รับการพิจารณาอย่างเป็นขั้นตอน และได้รับการอนุมัติจากผู้บริหารระดับสูง

• การสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า และบริหารจัดการเรื่องร้องเรียน (Complaint Handling)

การสร้างความพึงพอใจในสินค้าและบริการให้กับลูกค้า ถือเป็นปัจจัยสำคัญในสถานการณ์ปัจจุบันที่อุปสงค์และอุปทานในตลาดยังคงมีความผันผวน รวมถึงพฤติกรรมของลูกค้าที่เปลี่ยนไป ตลอดจนการแข่งขันทางการค้าที่มีแนวโน้มสูงขึ้น อาจจะทำให้บริษัท สูญเสียความสามารถในการรักษาลูกค้าหลัก ด้วยเหตุนี้ บริษัทจึงได้มุ่งเน้นการสร้างภาพพจน์ในสินค้าและบริการให้กับลูกค้าอย่างใกล้ชิด พร้อมทั้งรวบรวมข้อเสนอแนะจากลูกค้าในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า เพื่อให้ทางแผนกสามารถวางแผนการปรับปรุงการบริการได้อย่างเหมาะสม

บริษัทได้จัดทำแผนการตลาดเชิงรุกเพื่อรักษาความสัมพันธ์ของลูกค้าเดิมและสร้างฐานลูกค้าใหม่ๆ เพื่อสร้างความเชื่อมั่น และตอบสนองความพึงพอใจสูงสุดของลูกค้า โดยผลักดัน สนับสนุนให้หน้าสาขามีการจัดกิจกรรมเสริมสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าที่จัดขึ้นอย่างต่อเนื่อง

บริษัทจึงมีระบบการรับเรื่องร้องเรียน ซึ่งกำหนดวิธีการในการรองรับและแก้ไขปัญหาในข้อร้องเรียน ที่ได้รับจากลูกค้าและทำให้ลูกค้าได้รับการจัดการอย่างยุติธรรมและพึงพอใจมากที่สุด ซึ่งการรับข้อเสนอแนะและข้อร้องเรียนได้ในหลากหลายช่องทาง เช่น หน้าสาขาที่มีมากกว่า 200 สาขาทั่วประเทศ เว็บไซต์ของบริษัท เพจสื่อออนไลน์ต่างๆ หรือสายตรงถึงพนักงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้เข้าสู่กระบวนการตอบสนองต่อข้อเสนอแนะของลูกค้าอย่างทันท่วงที โดยผู้เกี่ยวข้องจะนำข้อมูลดังกล่าวไปดำเนินการตรวจสอบ วิเคราะห์สาเหตุและหาแนวทางการแก้ไขปัญหา รวมถึงเสนอแนวทางการแก้ไขปัญหา กับลูกค้า แก้ไขปัญหา และติดตามผลเพื่อไม่ให้เกิดปัญหาเดิมขึ้นอีกในอนาคต นอกจากนี้ทางแผนกฯ ได้นำข้อมูลและข้อเสนอแนะของลูกค้าที่ได้รับผ่านช่องทางต่าง มาประยุกต์ใช้ในการกำหนดแนวทาง กรอบความคิด และกระบวนการจัดทำ และกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดแต่ละปี

ทั้งนี้ บริษัทได้ปรับปรุงฐานข้อมูลของลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ เพื่อทำความเข้าใจและนำความเคลื่อนไหวของลูกค้า มาสร้างประโยชน์เพื่อสร้างการขายและบริการที่มีประสิทธิภาพ พร้อมกับการสร้างความพึงพอใจและบริหารจัดการข้อร้องเรียนได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยกำหนดเป็นกลยุทธ์การตลาดทั้งระยะสั้นและระยะยาว เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า พร้อมทั้งสร้างการเติบโตของบริษัท ควบคู่ไปด้วยกัน

 AURORA ขวัญวิญญ์แห่งความสุขที่มิมีคุณค่า	นโยบาย การขายและการตลาด	รหัสเอกสาร	MKP-2564-01-01
		วันที่มีผลบังคับใช้	01/10/2564
		แก้ไขครั้งที่	01
		หน้าที่	4

● การแข่งขันทางการตลาด

บริษัทมีแนวทางการตลาดที่ยึดหลักความเป็นธรรมต่อลูกค้าเป็นสำคัญ เพื่อแสดงถึงความพร้อมในการแข่งขันในตลาดการขายสินค้าและให้บริการของบริษัทฯว่าเป็นทางเลือกที่ดีที่สุดสำหรับลูกค้าอยู่เสมอ มีความชัดเจน ความซื่อสัตย์ และมีจุดยืนทางการตลาดที่มั่นคง โดยแข่งขันทางการตลาดอย่างมีเกียรติ ให้ความเคารพต่อลูกค้า องค์กร และคู่แข่งทางธุรกิจ เคารพการตัดสินใจของลูกค้า โดยยึดหลักผลประโยชน์ที่ลูกค้าจะได้รับเป็นสำคัญ

ฝ่ายงานด้านการขายและการตลาดจึงมีการจัดทำงานวิจัยด้านการตลาดและด้านผลิตภัณฑ์เพื่อให้เข้าใจถึงความต้องการของลูกค้ามากขึ้น โดยการสำรวจความต้องการในด้านต่าง ๆ เพื่อให้ นำข้อมูลการวิจัยการตลาดดังกล่าวมาสำรวจพฤติกรรมของลูกค้า พฤติกรรมการใช้จ่ายใช้สอย พฤติกรรมการใช้ชีวิต และพฤติกรรมในด้านอื่นๆ มาประกอบการวางแผนทางด้านการตลาด อาทิเช่น การกำหนดราคาสินค้าแต่ละชนิดที่จะออกสู่ท้องตลาด, การออกแบบสินค้าและบริการ รวมถึงกิจกรรมที่จะช่วยส่งเสริมด้านการตลาดและด้านการขายด้วย ทั้งนี้ การทำวิจัยต้องคำนึงถึงวิธีการที่ถูกต้อง เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลที่ถูกต้องและเชื่อถือได้ ไม่เอนเอียงหรือผิดพลาดจนเกิดความเสียหายต่อลูกค้าหรือองค์กรได้

อีกทั้งทุกฝ่ายงาน/แผนกที่เกี่ยวข้องกับการขายและการตลาดมีการประชุมวางแผนด้านกลยุทธ์อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ได้กลยุทธ์ที่ชัดเจน เพื่อให้ได้มาซึ่งการทำงานที่เป็นลำดับขั้นตอน และมีเป้าหมายที่ชัดเจนแน่นอน ซึ่งจะทำให้เห็นภาพรวมของธุรกิจและตลาดการแข่งขันสินค้าทองคำ เพชร และเครื่องประดับมีมูลค่าต่างๆได้มากยิ่งขึ้น โดยไม่ต้องเสียเวลาและค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็น อีกทั้งเป็นการสื่อสารและบริหารจัดการบุคลากรด้านการขายและการตลาดได้ตามเป้าหมายสอดคล้องกับนโยบายขององค์กร

ธุรกิจบริการการขายฝาก รับซื้อฝาก และการไถ่คืนทรัพย์สิน ซึ่งพนักงานทุกสาขามีมาตรฐานในการกำหนดราคา การให้ขายฝาก และระบบรองรับธุรกรรมเกี่ยวกับการขายฝากที่ทันสมัยและมีมาตรฐานในการจัดเก็บข้อมูลทั้งหน้าสาขาและผ่านแอปพลิเคชัน ส่งผลให้พนักงานแต่ละสาขาสามารถให้บริการได้อย่างมืออาชีพ สะดวก รวดเร็ว ตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าได้ครบถ้วน ซึ่งเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันทางการตลาดได้อย่างเต็มรูปแบบและครบวงจร

● ความรับผิดชอบต่อสังคม ชุมชน และสิ่งแวดล้อม

กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานมีเจตนารมณ์ที่จะดำเนินธุรกิจด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม ชุมชน และสิ่งแวดล้อม โดยมุ่งเน้นการมีส่วนร่วมเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน ทั้งได้นำความรู้ ประสบการณ์ และความเชี่ยวชาญด้านการขาย การคัดเลือกผู้ผลิต การตลาด มาช่วยเหลือพัฒนาสังคม โดยมุ่งเน้นการสร้างงานให้แก่บุคคลที่เกี่ยวข้องกับสินค้าและบริการของบริษัทฯ รวมถึงการสนับสนุนให้บุคลากรภายในบริษัทมีจิตสาธารณะ มีส่วนร่วม และปลูกฝังค่านิยมด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ชุมชน และสิ่งแวดล้อมจนเกิดเป็นวัฒนธรรมองค์กร ทั้งธุรกิจบริการด้านการขายฝากจัดเป็นช่องทางที่เพิ่มสภาพคล่องทางการเงินให้แก่ลูกค้า และลดความเสี่ยงการเกิดปัญหาทางสังคมและชุมชนได้อย่างเป็นนัยสำคัญ

บริษัทฯให้ความสำคัญปรับปรุงกระบวนการผลิต เพิ่มประสิทธิภาพการผลิต ตลอดจนประยุกต์ใช้เทคโนโลยีใหม่เพื่อยกระดับเสถียรภาพการผลิตให้มีการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าสูงสุด พร้อมทั้งลดปริมาณของเสีย ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และลดค่าใช้จ่ายให้น้อยที่สุด หลักเกณฑ์หนึ่งซึ่งสอดคล้องกับการนำหลักเศรษฐกิจหมุนเวียนมาประยุกต์ใช้ โดยคำนึงถึงการเพิ่มสัดส่วนของการนำวัตถุดิบจากธรรมชาติมาใช้อย่างคุ้มค่า ตลอดจนมุ่งเน้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยการรับซื้อ/เปลี่ยนคืนสินค้าจากลูกค้า เพื่อลดการนำวัตถุดิบจากธรรมชาติหมุนเวียนในการลงทุนอย่างคุ้มค่าที่สุด

 AURORA ขอบข่ายแห่งความสุขที่ยั่งยืน	นโยบาย การขายและการตลาด	รหัสเอกสาร	MKP-2564-01-01
		วันที่มีผลบังคับใช้	01/10/2564
		แก้ไขครั้งที่	01
		หน้าที่	5

- การสื่อสารภาพลักษณ์

ภาพลักษณ์มีส่วนสำคัญในการสร้างความประทับใจและเป็นที่ยอมรับของลูกค้า และคนภายนอกองค์กร บริษัทฯจึงมุ่งสร้างภาพลักษณ์ บริหารจัดการและกำหนดกลยุทธ์ด้านการสื่อสารภาพลักษณ์ไปยังผู้มีส่วนได้เสียกลุ่มต่างๆ อย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพโดยให้สอดคล้องและสนับสนุนทิศทางการดำเนินงานและกลยุทธ์ของบริษัทฯ พร้อมสนับสนุน และประสานความร่วมมือภายในองค์กร ยกกระตือรือร้นกิจกรรมด้านการตลาดที่ส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีของบริษัทฯ

เพื่อให้สอดคล้องกับสังคมยุคดิจิทัลในปัจจุบัน บริษัทฯจึงได้ตอบสนองนโยบาย โดยนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาประยุกต์ใช้ในการตลาดและการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ รวมถึงประเมินวิเคราะห์ ติดตามสถานการณ์ต่างๆ เพื่อเชื่อมต่อภาพลักษณ์ขององค์กรในทางที่ดีไปสู่บุคคลภายนอก โดยคำนึงถึงการติดตามผลการดำเนินงานของแต่ละฝ่าย/แผนกที่เกี่ยวข้อง รวมถึงพนักงานที่อยู่ภายใต้การดูแลของแต่ละฝ่าย/แผนกอย่างใกล้ชิด เพื่อก่อให้เกิดความมั่นใจว่าผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯสร้างความพึงพอใจอย่างสูงสุดให้กับลูกค้า และในระยะยาวจะเป็นการสร้างฐานลูกค้าให้เกิดความจงรักภักดีในแบรนด์สินค้าของบริษัทฯ ได้อย่างยั่งยืน

- การวางแผนกลยุทธ์การตลาดและการขาย/การให้บริการ

บริษัทฯมุ่งเน้นการยกระดับความสามารถในการแข่งขัน ต่อยอด หรือสร้างมูลค่าผลิตภัณฑ์ให้มีมูลค่าสูงขึ้น เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าและรักษฐานลูกค้าในตลาดหลัก ซึ่งมีกลยุทธ์ที่สำคัญ คือ ความสมเหตุสมผลของราคาขายที่มาพร้อมกับคุณค่าของสินค้า เนื่องจากสินค้ามีมูลค่าสูง การตัดสินใจซื้อสินค้าส่วนหนึ่งมาจากปัจจัยทางด้านอารมณ์ ความต้องการของลูกค้า และความคุ้มค่าในการลงทุนในสร้างประโยชน์ให้ผู้บริโภคได้สูงสุดในอนาคต

เพื่อให้การวางแผนกลยุทธ์การตลาดและการขาย/การให้บริการในภาพรวมของบริษัทฯ เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ สามารถสร้างพลังร่วมและรองรับการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ได้อย่างรวดเร็ว จึงมีการจัดทำแผนกลยุทธ์การตลาดและการขาย/การให้บริการของบริษัทฯ ให้สร้างมูลค่าเพิ่มสูงสุดแก่ลูกค้าเป็นสำคัญ คัดสรรสินค้าที่มีคุณภาพเพื่อความพึงพอใจสูงสุดของลูกค้าต่อยอดสร้างมูลค่าผลิตภัณฑ์สูงขึ้น เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าและรักษฐานลูกค้าในตลาดหลักได้อย่างยั่งยืน รวมถึงการกระจายสินค้าให้ครบถ้วนทุกช่องทางทางการจำหน่าย ทั้งในสาขาและช่องทางออนไลน์ ทั้งช่องทางภายในบริษัทฯ และช่องทางมาร์เก็ตเพลสอย่างครบถ้วน

ทั้งนี้ บริษัทฯมีกระบวนการติดตามผลการดำเนินงานตามแผนธุรกิจที่ได้กำหนดไว้ รวมทั้งนำข้อมูลที่ได้ มาใช้ในการวิเคราะห์ออกแบบและปรับปรุงกระบวนการทำงานให้มีประสิทธิภาพสูงสุด พิจารณาดัดสินใจการดำเนินงานทางการตลาดและการขาย/การให้บริการให้เป็นไปอย่างรอบคอบ โดยคำนึงถึงผลตอบแทนประโยชน์สูงสุด ตลอดจนการพิจารณาความเสี่ยง ความไม่ชัดเจนต่อกฎหมาย ระเบียบต่างๆ และเป็นไปตามเกณฑ์และมาตรฐานของบริษัทฯ

- นวัตกรรมและเทคโนโลยีด้านการตลาด

ด้วยกระแสความนิยมด้านดิจิทัลในปัจจุบัน ส่งผลให้ลูกค้าเข้าถึงในช่องทางออนไลน์ (Digital first engagement) มากขึ้น บริษัทฯจึงตระหนักถึงความสำคัญของการใช้เทคโนโลยีเพื่อช่วยในการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป็นอย่างดี และใช้เป็นตัวช่วยในการสร้างประสบการณ์การซื้อหรือรับบริการที่ต่อเนื่องในทุกช่องทางและจากทุกเครื่องมือ ถือเป็นความท้าทายทางการตลาดตามความก้าวหน้าอย่างรวดเร็วของเทคโนโลยี รวมถึงการเปลี่ยนพฤติกรรมของผู้บริโภคตามกระแสโลก

	นโยบาย การขายและการตลาด	รหัสเอกสาร	MKP-2564-01-01
		วันที่มีผลบังคับใช้	01/10/2564
		แก้ไขครั้งที่	01
		หน้าที่	6

บริษัทฯ จึงมุ่งมั่นที่จะใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับสินค้าและบริการ เพื่อให้เกิดผลประโยชน์สูงสุดแก่ลูกค้าอย่างเป็นรูปธรรมและสามารถนำไปใช้ประโยชน์ทั้งทางด้านการประยุกต์ใช้งานและด้านการพาณิชย์ เพื่อก่อให้เกิดรายได้และประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น โดยสอดคล้องกับวิสัยทัศน์ พันธกิจ และแผน กลยุทธ์ขององค์กร มีการส่งเสริมการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์จากความรู้และประสบการณ์ของพนักงาน รวมถึงความรู้ที่ได้จากการวิจัยและพัฒนา เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันขององค์กรในระยะยาว พร้อมสร้างกลไกในการปกป้ององค์ความรู้ โดยกำหนดชั้นความลับของข้อมูล เพื่อป้องกันการสูญเสียองค์ความรู้หลักจากการเผยแพร่หรือแลกเปลี่ยนความรู้กับองค์กรภายนอก และยังจัดสรรงบประมาณให้กิจกรรมด้านเทคโนโลยีและการวิจัยและพัฒนาอย่างเหมาะสม