

เริ่มอ่านให้ถูกช่วงเวลา

ฉบับปรับปรุง 22 ตุลาคม 2569 | สำหรับผู้บริหารและทีมขาย

คู่มือนี้ช่วยตอบ 3 เรื่อง: ยอดขายเป็นอย่างไร ร้านไหนควรดูแล และควรคุยสินค้าอะไรต่อ โดยอิงหน้าจอและข้อมูลในโฟลเดอร์ปัจจุบัน

1 เข้าระบบ แล้วเลือกปี

ใช้รหัสที่บริษัทแจ้ง จากนั้นเลือก "รวม 3 ปี", "2024", "2025" หรือ "2026" ก่อนอ่านตัวเลขในแต่ละหน้า

2 ดูชื่อนหน่วยและช่วงข้อมูล

ลบ. = ล้านบาท เช่น 10.59 ลบ. คือประมาณ 10,590,000 บาท ตัวเลขย่ออาจพิเศษให้ดูยอดบาทเมื่อต้องการความละเอียด

ปี 2026 มีข้อมูล ม.ค.-ก.ย. เท่านั้น

$2024 = \text{พ.ศ. } 2567 \cdot 2025 = \text{พ.ศ. } 2568 \cdot 2026 = \text{พ.ศ. } 2569$

ยอดปี 2026 ยังไม่ใช่อยอดครบทั้งปี การเทียบการเติบโตควรใช้เดือนเดียวกันทั้งสองปี

3 อ่านจากภาพรวมไปหาร้าน

เริ่มจากภาพรวม → ปูนนกก / TPI → หมวดสินค้า → เขต → ร้านค้า → กลยุทธ์ แล้วค่อยเลือกสิ่งที่ทีมต้องทำต่อ

ข้อมูลเป็นชุดที่นำเข้าจาก DATA.xlsx การมีอินเทอร์เน็ตไม่ได้ทำให้ยอดเปลี่ยนแปลง ต้องอัปเดตข้อมูลของเว็บด้วย

อ่านยอดขายและเปอร์เซ็นต์

ดูให้ครบ: ยอดเท่าไร · ช่วงไหน · เปรียบเทียบกับอะไร

ตัวอย่างจากข้อมูลปัจจุบัน

ม.ค.-ก.ย. 2025: 390,072,283.29 บาท

ม.ค.-ก.ย. 2026: 373,752,819.37 บาท

เปลี่ยนแปลง: -16,319,463.92 บาท (-4.18%)

1 ยอดขาย ≠ กำไร

ยอดขายบอกมูลค่าการขาย ไม่ได้บอกกำไรหรือเงินที่เก็บได้แล้ว

ใช้ข้อมูลต้นทุนและการรับชำระแยกเมื่อต้องตัดสินใจเรื่องนั้น

2 เปอร์เซนต์เติบโต

คำนวณ (ยอดช่วงนี้ - ยอดช่วงก่อน) ÷ ยอดช่วงก่อน × 100 เช่น จาก 100,000 เหลือ 90,000 บาท คือ -10% หากไม่มีฐานเดิมให้เทียบ อย่าสรุปเป็นอัตราเติบโต

3 สัดส่วนหมวดสินค้า

คำนวณยอดหมวด ÷ ยอดรวมของขอบเขตที่กำลังดู × 100 เช่น หมวดปูน 80% หมายถึงทุกยอดขาย 100 บาท มาจากปูน 80 บาท ไม่ได้แปลว่าเติบโต 80%

การดูปูนนก / TPI: อ่านยอดของแต่ละฝั่งควบคู่กับสัดส่วนในกลุ่มปูน
อย่านำเปอร์เซ็นต์ในกลุ่มปูนไปตีความเป็นเปอร์เซ็นต์ของสินค้าทั้งหมด

กลยุทธ์ที่ 1: เลือกเขตและหมวด

โฟกัสลูกค้าตามเขต | ค่าเริ่มต้น: ทุกเขต + ทุกหมวดสินค้า

1 เลือกขอบเขตที่ต้องการ

บนมือถือ ตัวกรอง 2 ช่องอยู่แถวเดียวกัน: เลือกเขตด้านซ้าย และหมวดสินค้าด้านขวา

ภาพอธิบายตำแหน่งตัวกรอง

เลือกเขต

หมวดสินค้า

ทุกเขต

ทุกหมวดสินค้า

2 อ่าน % ที่ซื้อหมวด

รายการหมวดเรียงจากยอดขายมากไปน้อย เปอร์เซ็นต์คือส่วนแบ่งยอดขายหมวดนั้นเทียบ
บยอดรวมปี 2026 ในเขตที่เลือก ไม่ใช่สัดส่วนเฉพาะร้านหลักที่แสดง

3 เลือกหมวด แล้วอ่านรายชื่อใหม่

เมื่อเลือกหมวด ยอดซื้อ อันดับร้านหลัก รายชื่อร้านยอดลด และรายการสินค้าที่เคยซื้อ
จะอิงเฉพาะหมวดนั้น เลือก “ทุกหมวดสินค้า” เพื่อกลับไปดูยอดรวม

ช่วงข้อมูลของส่วนนี้คงที่

ม.ค.-ก.ย. 2026 เทียบ ม.ค.-ก.ย. 2025

รายชื่อกลยุทธ์ส่วนนี้ไม่เปลี่ยนตามปุ่มปีหลักของแดชบอร์ด

ให้ดูเขตและหมวดที่เลือกในส่วนนี้เป็นหลัก

กลยุทธ์ที่ 1: ควรโทรหาร้านไหน

อันดับและยอดลดช่วยเลือกคิว ไม่ได้ยืนยันสาเหตุของยอดที่เปลี่ยน

1 ร้านหลัก

แสดงได้สูงสุด 20 ราย เรียงยอดซื้อปี 2026 จากมากไปน้อย เริ่มแสดง 5 รายแรก แล้วแตะ “ดูร้านหลักอีก...” เพื่อดูรายชื่อที่เหลือ

2 ร้านยอดลดที่ควรโทรหาก่อน

แสดงได้สูงสุด 10 ราย เรียงยอดที่ลดลงเป็น “จำนวนบาท” มากที่สุดก่อน ไม่ได้เรียงตามเปอร์เซ็นต์ลด แสดง 5 รายแรกและกดดูต่อได้เมื่อมีรายชื่อที่เหลือ

ร้านเดียวอาจอยู่ทั้งสองกลุ่ม

ร้านที่ยังซื้อเยอะอาจมียอดลดลงมากด้วย ควรดูแลของประจำ พร้อมโทรถามสาเหตุและรอบสัปดาห์ไป ไม่ควรสรุปว่าร้านเลิกซื้อหรือย้ายคู่ค้าโดยไม่มีข้อมูลเพิ่ม

3 อ่านการ์ดก่อนเข้าไปคุย

ดูชื่อร้าน รหัส AR พื้นที่ ยอดปี 2026 ยอดปี 2025 และยอดเปลี่ยนแปลง ถ้าเลือกหมวดอยู่ ตัวเลขบนการ์ดจะเป็นยอดเฉพาะหมวดนั้น

4 ใช้สินค้าที่เคยซื้อเปิดบทสนทนา

การ์ดแสดงได้สูงสุด 3 รายการยอดซื้อสูงสุดในช่วงข้อมูล กรณีร้านไม่มียอดสุทธิบวกปี 2026 อาจใช้รายการปี 2025 แทน ให้ดูปีที่ระบุเหนือรายการ

คำถามเริ่มต้น: “รอบหน้าจะเติมรุ่นไหน จำนวนเท่าไร รับวันไหน?” หรือ “ช่วงนี้ส่งน้อยลง ติดเรื่องราคา สต็อก หรือรอบส่งตรงไหนครับ?”

ดูประวัติร้าน แล้วทำงานต่อ

ใช้ข้อมูลเพื่อเตรียมคุยกับร้าน และติดตามผลอย่างมีเหตุผล

1 เปิดรายละเอียดร้าน

แตะ “ดูประวัติ AR-...” จากการ์ด หรือไปหน้า “ร้านค้า” แล้วค้นชื่อร้าน รหัส AR หรือจังหวัด และกรองเขตตามต้องการ

2 ตรวจสอบปีในหน้าต่างร้าน

หน้าต่างร้านอาจเริ่มตามปีหลักที่เลือกอยู่ ตรวจสอบปีหรือ “รวม 3 ปี” ก่อนอ่านยอด ยอดในหน้าต่างร้านจึงอาจต่างจากการ์ดกลยุทธ์ที่ใช้ช่วงเทียบคงที่

3 แยกยอดปูนและหมวดที่ซื้อ

ดูยอดซื้อรวม ยอดปูน ปูนนก / TPI และหมวดสินค้า เปรียบชั้นต์หมวดในหน้าต่างร้านเป็นส่วนแบ่งของร้านตามช่วงที่กำลังดู ไม่ใช่สัดส่วนของทั้งเขต

4 เลือกแนวทางทำงานต่อ

กลยุทธ์ที่ 2: เพิ่มยอดปูน TPI
กลยุทธ์ที่ 3: ขายพ่วงเหล็กและเคมีภัณฑ์
กลยุทธ์ที่ 4: วางแผนขายตามฤดูกาล
เช็กราคา ของพร้อมขาย และคิวส่งก่อนสรุปข้อเสนอกับร้าน

โพยสรุปหลังคุยร้าน

จดรหัส AR / สิ่งที่ร้านต้องการ / สาเหตุที่ยอดลดตามที่ร้านแจ้ง / รุ่นและจำนวน / วันนัดติดตาม ในระบบงานหรือบันทึกที่ทีมใช้อยู่

อ้างอิง: index.html, dashboard_data.json, strategy-customer-targets.json และตัวกรองกลยุทธ์ฉบับปัจจุบัน
ภาพในคู่มือเป็นภาพอธิบาย ไม่ใช่ภาพทดสอบจากมือถือจริง