

แผนการสื่อสารการตลาด

ปี 2569

แผนยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการด้านลูกค้าและตลาด

ปีบัญชี 2569

ยุทธศาสตร์ที่ 1: ด้านการสร้างรายได้และรักษาฐานลูกค้า



รักษาฐานลูกค้าเดิม & เพิ่มลูกค้าใหม่

สร้างสัมพันธ์ภาพที่ยั่งยืน (CRM) และขยายโอกาสทางธุรกิจ



สื่อสารการตลาดบูรณาการ

สร้างภาพลักษณ์โรงพิมพ์ตำรวจให้เป็นที่รู้จักและจดจำ



ช่องทางจำหน่ายดิจิทัล

พัฒนาระบบ E-commerce เพื่อสนับสนุนการดำเนินธุรกิจ



ประสิทธิภาพการบริการ

ปรับปรุงกระบวนการให้บริการให้รวดเร็วและทันสมัย

ยุทธศาสตร์ที่ 2 ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่

- ❖ **บริหารจัดการนวัตกรรม** : การเพิ่มองค์ความรู้ด้านการบริหารจัดการนวัตกรรมแก่บุคลากรในองค์กร
- ❖ **ต่อยอดผลิตภัณฑ์** : พัฒนาผลิตภัณฑ์ต่อยอดจากผลิตภัณฑ์เดิม หรือสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่เพื่อสร้างรายได้เพิ่มขึ้น
- ❖ **ขยายงาน Security Printing** : การขยายผลิตภัณฑ์และบริการด้านสิ่งพิมพ์ปลอดการปลอมแปลงชั้นสูง
- ❖ **ขยายธุรกิจ Trading** : ซ้อมาขายไป เพื่อความหลากหลายของบริการ



ยุทธศาสตร์ที่ 3: พัฒนาศักยภาพของบุคลากร

“คนคือ หัวใจสำคัญของการขับเคลื่อนองค์กร”

ส่งเสริมการฝึกอบรม



พัฒนาทักษะด้านการตลาดสมัยใหม่และเทคโนโลยีดิจิทัลแก่
บุคลากรทุกระดับ



สรุปแผนการดำเนินงานสู่ความสำเร็จ

“เป็นโรงพิมพ์ที่ผลิตสิ่งพิมพ์และให้บริการที่มีคุณภาพได้มาตรฐาน ภายใต้เทคโนโลยี และนวัตกรรม เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า”



พัฒนาคน

Upskill บุคลากร



สร้างนวัตกรรม

สินค้าใหม่ & Security Printing



ขยายตลาด

CRM & Digital Channel



เป้าหมายปี 2569

รายได้เติบโตยั่งยืน

แผนปฏิบัติการ ยุทธศาสตร์ที่ 1

ด้านการสร้างรายได้และรักษาฐานลูกค้า (Action Plan)

| กลยุทธ์ | โครงการ/กิจกรรม | ตัวชี้วัด |
|--|---|---|
| 1.1 การพัฒนาตลาดด้วยการรักษาฐานลูกค้าเดิมเพิ่มลูกค้าใหม่ | 1. โครงการติดตามลูกค้าเดิมและเพิ่มลูกค้าใหม่ (ตร.ราชการ/เอกชน) 2. แผนการขยายฐานลูกค้าใหม่ 3. ติดตามลูกค้าหน่วยงาน สำนักงานตำรวจแห่งชาติ | ยอดขาย 170 ล้านบาท ปิดการขาย > 100 ราย/เดือน จำนวนลูกค้ารายใหม่ไม่ต่ำกว่าปีบัญชี 2568 ลูกค้าหน่วยงาน สตช. >219 ราย |
| 1.2 การสร้างสัมพันธ์ภาพกับลูกค้าอย่างยั่งยืน | โครงการเยี่ยมเยียนลูกค้าเพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดี | ซื้อซ้ำร้อยละ 80 จากฐานลูกค้าเดิม ยอดขายจากลูกค้าเดิม \geq 90 ลบ. |
| 1.3 การพัฒนาการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ | โครงการพัฒนากลยุทธ์ประชาสัมพันธ์ทางการตลาดด้านข่าวสารส่งเสริมภาพลักษณ์โรงพิมพ์ตำรวจ | จำนวนสื่อหรือช่องทางที่นำเสนออย่างน้อย 2 ช่องทาง การรับรู้ภาพลักษณ์ไม่ต่ำกว่าร้อยละ 80 |
| 1.4 การพัฒนาช่องทางจำหน่ายสินค้าทางดิจิทัล | พัฒนาช่องทางจำหน่ายสินค้าผ่านช่องทางดิจิทัลเพื่อใช้ในการให้บริการลูกค้า | มีช่องทางจำหน่ายสินค้าผ่านช่องทางดิจิทัล 1 ช่องทาง |
| 1.5 ปรับปรุงกระบวนการ การให้บริการอย่างมีประสิทธิภาพและรวดเร็ว | สำรวจความพึงพอใจการให้บริการ (QR Code) | ระดับความพึงพอใจของลูกค้าไม่น้อยกว่า 4.5 จากคะแนนเต็ม 5 |

แผนปฏิบัติการ ยุทธศาสตร์ที่ 2

ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า (Action Plan)

| กลยุทธ์ | โครงการ/กิจกรรม | ตัวชี้วัด |
|---|--|---|
| 2.1 การเพิ่มองค์ความรู้ด้านการบริหารจัดการนวัตกรรม | โครงการเสริมสร้างองค์ความรู้สู่การพัฒนานวัตกรรมแก่บุคลากรในองค์กร | จัดกิจกรรม 1 ครั้ง |
| 2.2 พัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ | การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่หรือผลิตภัณฑ์ที่ต่อยอดจากผลิตภัณฑ์เดิมเพื่อสร้างรายได้เพิ่มขึ้น | มีรายได้จากผลิตภัณฑ์ใหม่หรือผลิตภัณฑ์ที่ต่อยอดจากผลิตภัณฑ์เดิม \geq 1 ล้านบาท |
| 2.3 การขยายผลิตภัณฑ์และบริการด้านสิ่งพิมพ์ปลอดการปลอมแปลง | พัฒนาผลิตภัณฑ์สิ่งพิมพ์ปลอดการปลอมแปลงขั้นสูง | 1.สามารถจัดทำผลิตภัณฑ์ต้นแบบไม่ต่ำกว่า 1 ผลิตภัณฑ์ 2. จำหน่ายได้ ไม่น้อยกว่า 1 ประเภท 3.จำนวนลูกค้าที่จัดซื้อ/จ้าง ไม่น้อยกว่า 1 ราย |
| 2.4 : การขยายธุรกิจ Trading | สร้างการเติบโตด้วยการขยายธุรกิจ Trading (ซื้อมาขายไป) | 1.รายได้จากการดำเนินธุรกิจ Trading 2.5 ลบ 2.จำหน่ายผลิตภัณฑ์ใหม่จากธุรกิจ Trading ไม่ต่ำกว่า 1 ผลิตภัณฑ์ 3.จำนวนลูกค้าใหม่จาก ธุรกิจ Trading ไม่ต่ำกว่า 1 ราย |

แผนปฏิบัติการ ยุทธศาสตร์ที่ 3

ด้านการพัฒนาศักยภาพของบุคลากร (Action Plan)

| กลยุทธ์ | โครงการ/กิจกรรม | ตัวชี้วัด |
|--|--|--|
| 3.1 ส่งเสริมให้มีการฝึกอบรมบุคลากรทางการตลาด | โครงการฝึกอบรมพนักงานด้านการตลาดและความรู้ทางด้านอื่นๆ ที่จำเป็นต่อการดำเนินกิจการทางการตลาดสิ่งพิมพ์ | <ul style="list-style-type: none">- พนักงานการตลาดเข้ารับการฝึกอบรมครบตามโครงการที่กำหนด- มีโครงการ/ผลงาน ที่นำไปใช้จริงในหน่วยงานอย่างน้อย 1 ผลงาน |