หอสมุดกลาง
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

# เอกสารอ้างอิง

๑. Henry R. Koczyk. "U.S. Pharmaceutical Firm Proud of Pioneering Role" Thai American Business 2(September - October 1970) : 10.

๒. U.S. Department of Labor. Dictionary of Occupational Titles. 3rd ed. Washington, D.C.: Government Printing Office, 1965.

๓. ชูเกียรติ กาญจนชาติ. นายกสมาคมผลิตภัณฑ์เภสัชกรรม. สัมภาษณ์, ๓๐ มีนาคม ๒๕๒๒.

๔. Woodrow Robert. "Steady Growth in Market Predicted; But Suppliers Face Increasing Competition" Business in Thailand 8(June 1977) : 51 - 52.

๕. สาธารณสุข, กระทรวง. กองสถิติ. "การคาดประมาณจำนวนประชากรของประเทศไทย พ.ศ. ๒๕๑๓ – ๒๕๒๓" กรุงเทพมหานคร : กระทรวงสาธารณสุข, ๒๕๑๓, หน้า ๒ – ๓ (อัดสำเนา)

๖. จันทนีย์ กายาวงศ์. ผู้จัดการทั่วไปบริษัทสควิบบ์ ฟาร์อีสต์ จำกัด. สัมภาษณ์, ๑๐ เมษายน ๒๕๒๒.

๗. Chukiert Ganjanashart. "Country Report of Thailand Drug Marketing Section" Proceedings 12th Anniversary of the Federation of Asian Pharmaceutical Association and the 6th Asian Congress of Pharmaceutical Sciences (November 1976) : 499 - 504.

๘. สาธารณสุข, กระทรวง. สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา "สถิติใบอนุญาตประกอบธุรกิจเกี่ยวกับยาทั่วราชอาณาจักร เช็คถึงเดือนกรกฎาคม ๒๕๒๒" กรุงเทพมหานคร : กระทรวงสาธารณสุข, ๒๕๒๒, หน้า ๓ (อัดสำเนา)

๙. สาธารณสุข, กระทรวง. กองสถิติ. "สถานบริการและเตียง แยกตามประเภทรายจังหวัด ปี ๒๕๒๐" กรุงเทพมหานคร : กระทรวงสาธารณสุข, ๒๕๒๐, หน้า ๑ (อัดสำเนา)

๑๐. สาธารณสุข, กระทรวง. กองการประกอบโรคศิลปะ "จำนวนสถานพยาบาลเอกชนทั่วประเทศถึงวันที่ ๓๐ มิถุนายน ๒๕๒๑" กรุงเทพมหานคร : กระทรวงสาธารณสุข, ๒๕๒๑. หน้า ๗ (อัดสำเนา)

๑๑. สาธารณสุข, กระทรวง. สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา. ครรชนีตำรับยา ฉบับที่ ๒ กรุงเทพมหานคร : สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา กระทรวงสาธารณสุข, ๒๕๒๐.

๑๒. สาธารณสุข, กระทรวง. สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา. ครรชนีตำรับยาแห่งประเทศไทย. กรุงเทพมหานคร : สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา กระทรวงสาธารณสุข, ๒๕๑๗.

๑๓. "Drug, Medicines" In Manufacturing in Thailand, p. 119. Edited by Suchada Ithijarukul. Bangkok : Business Information and Research Ltd, 1976.

๑๔. ญาณเดช ทองสิมา และจีระภา เฉลิมสิทธิ์. การบริหารงานขาย. พิมพ์ครั้งที่ ๒ พระนคร : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ๒๕๒๑.

๑๕. Henry Bund, and James. W. Carrol. "The Changing of Role of the Marketing Function." Journal of Marketing (January 1957) : 272.

๑๖. Hector Lazoa, and Arnold Corbin. "Sales as Part of Marketing" In Readings in Sales Management, p. 8. Edited by Harper W. Boyd, and Robert E. Davis, Illinois : Richard D. Irwin, Inc., 1970.

๑๗. พลเรือตรีอนันต์ จันทรกุล และคนอื่น ๆ. หลักการตลาด. พิมพ์ครั้งที่ ๔. พระนคร : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ๒๕๒๑.

๑๘. วีระ บุญญานุรักษ์. การจัดการขายในทัศนธุรกิจ. พระนคร : โรงพิมพ์อักษรสมัย.

๑๙. ปรีดา ชนะนิกร. "การพยากรณ์การขาย" วารสารการตลาด ๑๑ (ธันวาคม ๒๕๒๐ – กุมภาพันธ์ ๒๕๒๑) : ๒๗.

๒๐. William J. Stanton, and Richard H. Buskirk. Management of the Sales Force. 3rd ed. Homewood : Richard D. Irwin, 1969.

๒๑. ไพบูลย์ สำราญภูติ. "การรับสมัครและคัดเลือกพนักงานขาย" กรุงเทพมหานคร : สมาคมการตลาด, ๒๕๒๒. (อัดสำเนา)

๒๒. สมพงศ์ เกษมสิน. สารานุกรมการบริหาร. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช จำกัด, ๒๕๑๗.

๒๓. French Wendell. The Personnel Management Process. 3rd ed. Boston : Houghton Mifflin Company, 1974.

๒๔. ยุจิรา ทองเวส. "วิธีเลือกคนให้เหมาะสมกับงาน". ศูนย์เพิ่มผลผลิตแห่งประเทศไทย ๖ (กันยายน ๒๕๒๐) : ๑๗ – ๑๙.

๒๕. Harry R. Tosdal. "How to Design the Salesmen's Compensation Plan". Harvard Business Review No 53512 (September - October 1953) : 145 - 154.

๒๖. Harry R. Tosdal, and Waller Carson, Jr., Salesman's Compensation Vol. 1. Boston; Division of Research, Harvard Business School, 1953.

๒๗. Hamilton Alexander. "Incentive Plan". The Marketing Letter 1 (January 1975). : 8.

๒๘. ยุจิรา ทองเวส. "MBO กับผู้บริหารงานสมัยใหม่". วารสารเพิ่มผลผลิต ๑๘ (กุมภาพันธ์ ๒๕๒๐) :๓๓.

๒๙. Levoy, R.P.. "How to Maintain High Staff Morale and Motivation". American Journal Hospital Pharmacy 29(July 1972). : 575 - 579.

๓๐. Micheal J. Jucius. Personnel Management. 3rd ed. Homewood: Richard D. Irwin., 1956.

๓๑. กำพล กิตติวัชร. "การวัดผลพนักงานขาย". กรุงเทพมหานคร : สมาคมการตลาด, ๒๕๒๒. (อัดสำเนา)

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ภาคผนวก ก.

แบบสอบถามผู้บริหารงานขาย เพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

แบบสอบถามผู้บริหารงานขายเพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์

เรื่อง การศึกษาการบริหารงานขายของบริษัทยาต่างประเทศในประเทศไทย

๑. รูปแบบการจัดองค์การขายของบริษัทเป็นแบบใด .....
.....

๒. ปกติในการทำการพยากรณ์การขาย ( Sales Forecast ) ของบริษัท ผู้บริหารงานขายของบริษัททำการพยากรณ์โดยสัมพันธ์กับการขยายตัวของตลาดหรือไม่ อย่างไร .....
.....

คำนึงถึงปัจจัยทางตลาด ( Market Factor ) ข้อไหนบ้าง (กรุณาทำเครื่องหมายในช่องหน้าข้อที่ทำ)

☐ ๑.๑ การเพิ่มของประชากร

☐ ๑.๒ การเพิ่มของสถานพยาบาลของรัฐบาลและร้านขายยา

☐ ๑.๓ งบประมาณในการซื้อยาของโรงพยาบาล

☐ ๑.๔ อื่น ๆ เช่น .....

๓. ผู้บริหารงานขายให้ความสำคัญของปัจจัยทางตลาดดังกล่าวมาประกอบการพิจารณามากน้อยแค่ไหน

☐ สูง ☐ พอสมควร ☐ ไม่สนใจ

๔. ท่านทำการพยากรณ์การขายโดยอาศัย

☐ ก. พิจารณาตามประสบการณ์ของตนเป็นหลัก

☐ ข. ทำตามนโยบายของบริษัทที่กำหนดมาเป็นหลัก

๕. การพยากรณ์การขายของบริษัทกำหนดการพยากรณ์ระยะสั้นในช่วง .....ปี
ระยะปานกลางในช่วง .....ปี
ระยะยาวในช่วง .....ปี

๖. การพยากรณ์การขายของบริษัท ใครเป็นผู้ทำบ้าง .....

.....

มีเทคนิคหรือวิธีการพยากรณ์การขายอย่างไร .....

.....

ใช้หลักเกณฑ์ข้อไหนมาช่วยในการทำการพยากรณ์การขาย กรุณาเขียนเลขเรียงลำดับในช่องหน้าข้อตามความสำคัญที่ท่านเน้นมากจนถึงน้อย จากข้อ ๖.๑ – ๖.๖

☐ ๖.๑ ประเมินความคิดจากผู้บริหารอื่น ๆ มาพิจารณา

☐ ๖.๒ สอบถามความเห็นจากพนักงานขาย (Grass Root Mothod)

☐ ๖.๓ สำรวจดูจากข้อมูลการขายที่ผ่านมา(Past Sales Rocord Analysis)

☐ ๖.๔ วิเคราะห์แนวโน้มและวงจรธุรกิจ (Business Trend Analysis)

☐ ๖.๕ รวบรวมจากการคาดคะเนผลิตภัณฑ์แต่ละชนิด (Composite Forecasts to Individual Product Lines)

☐ ๖.๖ อื่น ๆ เช่น .....

๗. การกำหนดงบประมาณการขาย (Sales Budget ) ถือหลัก (กรุณาทำเครื่องหมายในช่องหน้าข้อที่ท่านทำ)

☐ ผู้บริหารสูงสุดกำหนดเป็นยอดกำไรที่ต้องการ ( Profit Margin ) ของปีหน้ามา

☐ ผู้บริหารสูงสุดให้ผู้จัดการฝ่ายการตลาดทำการพยากรณ์การขายมาก่อน

☐ ผู้บริหารสูงสุดกำหนดยอดกำไรที่ต้องการซึ่งเป็นไปได้ เพื่อปรับให้ใกล้กับการพยากรณ์การขาย

๘. การกำหนดโควต้าการขาย ( Sales Quota ) ของบริษัทมีวิธีการทำอย่างไรบ้าง

.....

.....

.....

.....

☐ Sales Volume Quota (ตามปริมาณยอดขาย)

☐ Sales Activity Quota (ตามปริมาณความขยันของพนักงานขาย)

กำหนดให้เยี่ยมลูกค้าเดือนละ ..... ครั้ง

กำหนดให้เยี่ยมลูกค้าใหม่ครั้งละ ..... ราย

การรายงานข่าวสารบ่อยมากน้อยแค่ไหน .....

☐ Budget Quota (กำหนด Contribution ของพนักงานขายเป็นผลกำไรสุดท้าย)

☐ Mix Quota (จากข้อข้างบนมากกว่า ๑ ข้อ)

อื่น ๆ เช่น .....

๙. หากพนักงานขายทำการขายไม่ถึงเป้าหมายการขาย (Sales Target) ที่กำหนด ท่านใช้มาตรการอย่างไรกับพนักงานขายผู้นั้น

.....

.....

.....

๑๐. การแบ่งเขตการขายของบริษัทแบ่งตามอะไรเป็นหลักในการแบ่ง

.....

.....

หากแบ่งตามเขตภูมิศาสตร์ ท่านกำหนด

ต่างจังหวัด <u>สายเหนือ</u> ..... เขต จากจังหวัด .....

ถึงจังถึงจังหวัด ..... รวม ..... จังหวัด

<u>สายใต้</u> ..... เขต จากจังหวัด .....ถึงจังหวัด.....

รวม ..... จังหวัด

<u>สายอีสาน</u> ..... เขต จากจังหวัด .....ถึงจังหวัด....

รวม ..... จังหวัด

<u>สายภาคกลาง</u> ..... เขต จากจังหวัด ..... ถึงจังหวัด .....
รวม ..... จังหวัด

<u>กรุงเทพฯ</u> แบ่งเป็น ..... เขต ใช้หลัก .....

๑๑. จำนวนบุคลากรในตำแหน่งต่าง ๆ ของบริษัทมีเท่าไร และอย่างไร

.....

.....

๑๒. นโยบายการรับคนเข้าทำงานในบริษัทมีอย่างไร คุณสมบัติ ระดับการศึกษา

.....

.....

รับ ☐ ผู้จบการศึกษาใหม่เพราะ .....
☐ ผู้มีประสบการณ์แล้วเพราะ .....

การหาผู้สมัครบริษัทใช้วิธีการในข้อไหนบ้าง

☐ จากสถาบันการศึกษา
☐ จากการแนะนำของพนักงานขายด้วยกัน
☐ ประกาศรับสมัครทั่วไปทาง .....
☐ ดึงตัวจากพนักงานขายของคู่แข่งขัน
☐ ผู้บริหารแนะนำเข้ามา
☐ อื่น ๆ .....

ขั้นตอนในการคัดเลือก ( Screen ) พนักงานของบริษัททำอย่างไร (กรุณาใช้หมายเลขเรียงตามลำดับก่อนหลัง)

☐ สัมภาษณ์มีวิธีการ .....
☐ สอบข้อเขียนวิธีการ .....
☐ ทดสอบสุขภาพ วิธีการ .....
อื่น ๆ .....

มีการตรวจสอบฐานะทางการเงิน หรืออุปนิสัยของผู้สมัครหรือไม่

☐ มี ☐ ไม่มี

เมื่อรับแล้วใช้หลักทรัพย์หรือบุคคลค้ำประกัน

☐ หลักทรัพย์ เช่น โฉนด

☐ บุคคลค้ำประกันในวงเงิน ..... บาท

๑๓. การฝึกอบรมพนักงานของบริษัท ใครเป็นผู้รับผิดชอบ .....

.....

และมีโปรแกรมการฝึกอย่างไร .....

.....

.....

ใช้เทคนิคการฝึกอบรมข้อไหนบ้าง

☐ Lecture

☐ Group discussion

☐ Sales Conference

☐ Role Playing or Mock Detailing

พนักงานเก่าและใหม่ บริษัทมีวิธีการฝึกอบรมต่างกันอย่างไร

พนักงานใหม่ .....

พนักงานเก่า .....

ความถี่ในการฝึกอบรมพนักงานเก่าของบริษัท ..... ครั้งต่อเดือน

..... ครั้งต่อปี

๑๔. ผลตอบแทนทางการขายและสวัสดิการต่าง ๆ ที่บริษัทมีให้แก่พนักงานขายและบุคลากรของบริษัทมีอะไรบ้าง

.....

.....

.....

๑๕. การเบิกค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ในการขาย บริษัทมีนโยบายกำหนดไว้อย่างไร

.....

.....

๑๖. การควบคุมและประเมินผลการทำงานของพนักงาน

๑๖.๑ ผู้ควบคุมการขาย ( Supervisor ) ของบริษัทใช้เวลาอยู่ในตลาด (field ) .....% ในบริษัท (office ) .....%

๑๖.๒ ผู้ควบคุมการขายของบริษัทขณะอยู่ในตลาดทำหน้าที่อะไรบ้าง

☐ ก. แนะนำพนักงานขายเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และการพบแพทย์

☐ ข. แก้ปัญหาที่พนักงานขายตอบไม่ได้

☐ ค. แก้ข้อผิดพลาดที่พนักงานขายอาจทำขึ้น

☐ ง. บำรุงขวัญพนักงานขายในตลาด

☐ จ. อื่น ๆ เช่น .....

☐ ฉ. รวมหมดจากข้อ ก – จ.

๑๖.๓ ผู้ควบคุมการขายของบริษัท ๑ คน คุมพนักงานขาย ..... คน

๑๖.๔ บริษัทประเมินผลงานของผู้ควบคุมการขายอย่างไร

.....

.....

๑๖.๕ ผลตอบแทนรายได้เป็นตัวเงินของผู้ควบคุมการขายมีรายได้

☐ น้อยกว่า ☐ มากกว่าพนักงานขายหรือผู้เสนอขาย

๑๗. การควบคุมการปฏิบัติงานภายในบริษัท (Controlling and Evaluation) ตามมาตรฐานในการทำงานของพนักงานขาย

๑๗.๑ Quantitative Performance Standard (มาตรฐานการทำงานในเชิงปริมาณ)

☐ ก. กำหนดโควต้าในการขาย

☐ ข. กำหนดโควต้าในการเก็บเงิน

☐ ค. กำหนดค่าใช้จ่ายเทียบกับปริมาณขายให้แก่พนักงานขายหรือไม่..
อย่างไร .....
ขาย ..... ล้าน ค่าใช้จ่ายไม่เกิน .....%
ขาย .....ล้าน ค่าใช้จ่ายไม่เกิน .....%
.....

☐ ง. ความถี่ในการเยี่ยมลูกค้า ..... ครั้ง แบ่งตามชนิดของลูกค้า เช่น
เกรด A กำหนดการเยี่ยมต่อเดือน ..... ครั้ง
เกรด B กำหนดการเยี่ยมต่อเดือน ..... ครั้ง
เกรด C กำหนดการเยี่ยมต่อเดือน ..... ครั้ง

☐ จ. ขนาดของใบสั่ง กำหนดขนาดของใบสั่งอย่างต่ำที่สุดที่จะรับได้ไม่น้อยกว่า ..... บาทต่อใบสั่ง (เพื่อให้คุ้มกับค่าใช้จ่าย)

๑๗.๒ Qualitative Performance Standard(มาตรฐานการทำงานในเชิงคุณภาพ)

☐ ก. วัดความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ของพนักงานขาย วิธีการ....
.....

☐ ข. สังเกตดูบุคลิกของพนักงานขายในการทำงาน

☐ ค. ความสามารถในการปรับตัวเข้ากับลูกค้าของบริษัท

☐ ง. ความกระตือรือล้นในการทำงาน

๑๗.๓ การส่งรายงานของพนักงานขายเป็น

☐ รายวันในกรุงเทพฯ

☐ ราย ..... วันในต่างจังหวัด

รายงานจะต้องประกอบด้วย

ก. สิ่งที่ถือว่าต้องรายงานมี .....

.....

.....

ข. สิ่งที่ต้องรายงานเป็นบางครั้ง เช่น .....

.....

.....

สัมภาษณ์โดย ดารณี อริยรุฒยากร
ภาควิชาเภสัชกรรม คณะเภสัชศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย โทร. ๒๕๒๖๐๐๖

หมายเหตุ ขอการพรรณนางาน ( Job Description ) ของผู้จัดการฝ่ายขาย ผู้ควบคุมการขายและผู้เสนอขาย รวมทั้งฟอร์มการประเมินผล การควบคุม และฟอร์มการทำรายงานของพนักงานขาย.

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ภาคผนวก ข.

ข้อกำหนดงานตามหน้าที่ของตำแหน่งต่าง ๆ ในบริษัทยา

(Job Description)

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

JOB DESCRIPTION

FOR MEDICAL REPRESENTATIVE

- - - - - -

1. OBJECTIVE :

The objective of the Company's representative is to SELL the Company's products, policies and image to everyone with whom he comes into contact.

Under the direction of his supervisor he is responsible for a prescribed geographical territory to promote and sell the Company's products to the Medical Profession, Hospital Pharmacies and any other recognised outlets.

2. POSITION :

He reports the the Supervisor responsible for his area.

3. RESPONSIBILITIES :

1. Planning

a) Product and Company knowledge

The B - Company representative must be fully informed on:

- The a or b line of products and policies by intensive study of Company publications, detailing literature and by attendance at meeting, briefing sessions, conferences and refresher courses.

- The latest information and reports that concern the Company published in pharmaceutical and medical journals.

- Competitor activities. Including prices, deal terms, promotional activities, products, sales techniques and acceptance of competitors by the medical profession.

b) Route Schedule

In consultation with his assigned Supervisor, the representative will plan :

- A monthly itinerary to fulfill his detailing and selling assignment.

c) Knowledge of the physician

The representative will maintain records on each Doctor :

- Name and address
- Qualifications and Speciality
- Special interests
- Best time to call
- Personality
- Prescribing habits
- Progress towards a sale

2. The Interview

a) Presentation of subjects

The representative will present product information using a Planned Sales Presentation. Tactfully employ detailing aids currently used to the end that the physician knows:

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

- name of product
- Indications and contra-indications
- Major advantages
- Dosage and methods of administration
- Strengths and package size offered
- Price range
- Availability

b) Strategy

The representative will make extensive use of "plans of action" and "detailing strategy" to :

- Influence the physician to prescribe B - Company's products.

- Close interview by obtaining orders for B - Company's products from dispensing doctors, hospital pharmacists and other recognised outlets.

3. Reports

- Prepare and forward call reports promptly on all contacts made, in accordance with established Company's procedures.

- Submit to the Supervisor a monthly report covering the requirements listed in Company's standard forms, like :

i) doctor's response to our written promotion, gimmicks,
ii) competitors' activity,
iii) suggestions,
according to the Monthly Report format.

4. Collection of debts

B - Company detailers will be responsible for collections in private clinics (doctors) in the provinces.

# JOB DESCRIPTION

# FOR FIELD SUPERVISOR (SALESMEN)

- - - - -

1. OBJECTIVE :

The Supervisor leads and motivates Salesmen in his assigned area so the their initiative and abilities are fully explicited in order to achieve maximum sales.

The Supervisor is the liaison man between A - Distributor and B - Company and ensures cooperation and understanding between the two parties.

2. POSITION :

The Supervisor reports to the Sales Manager.

The Salesmen in his area report to him.

3. RESPONSIBILITIES :

3.1 Supervision

He makes planned contact visits with each Salesman

3.1.1 to improve the Salesman's efficiency in selling our products by providing on-the-job training.

3.1.2 to establish the situation with competitive products in his area.

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

3.1.3 to learn of the Salesman's problems and weaknesses, and also to solve them.

3.1.4 to help the Salesmen plan their work so that they can utilize their sales aids, time and sales ability to the best advantage. He ensures that the Salesmen utilize promotional tools in accordance with POA established prior to each detailing cycle to achieve

3.2 Personnel

3.2.1 He recommends any necessary changes of territory assignments of Salesmen.

3.2.2 He recommends dismissal or transfer of Salesmen.

3.2.3 He handles personal problems affecting Salesmen.

3.2.4 He reviews reports and work records of Salesmen.

3.3 Meeting

He attends meetings with all Salesmen where the following points are dealt with :

3.3.1 Prepare plans for each detailing cycle.

3.3.2 Briefing sessions on existing and on new preparations.

3.3.3 Role - playing and films sessions.

3.3.4 He attends meetings with the Sales Manager and other Supervisors to fulfill the functions of planning, organising, leading and controlling his operation.

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

3.3.5 He is required to make a major contribution to these meetings.

3.4 Reporting System

He submits to A Distributor and the Sales Manager :

3.4.1 Monthly reports covering field contacts with Salesmen, results of our marketing activities and the response of drugstores to our promotion,

3.4.2 Monthly reports on market conditions, sales trend and competitive activities within his area.

3.4.3 An appraisal of each Salesman on the standard form twice a year.

Title : Promotional Manager

Responsibility :

The Promotional Manager is responsible for planning and controlling the activities of his medical detailers in the Premotion and Sales of all ethical J. Company's products to hospitals, doctors and clinics.

The Promotional Manager is responsible for the efficient operation of the detailing force, and for the training and development of his staff, to ensure the best use of their potential.

Accountability :

The Promotional Manager is accountable to the Division Manager for the implementation of the promotional/ sales plans by the medical retailers and he will be judged on the morale, enthusiasm and quality of work of his medical detailers, as much as by monitoring sales results against plan.

Authority :

The Promotional Manager is authorized to direct the daily work of the medical detailers and he will be expected to assess his staff and make recommendations on salary increments.

The Promotional Manager is authorized to sign bills according to standing instructions and to sign local correspondence of non-policy nature.

The Promotional Manager has authority to negotiate and close deals with customers according to general rules and policies laid down by the Company. He must refrain, however, from entering commitments on prices and terms not normally applied, unless prior approval has been obtained from the Division Manager.

Main Duties & Functions :

1) The Promotional Manager will direct and control his medical detailers to ensure that sales objectives are met and promotional plans followed. He will ensure that his medical representatives understand the priorities of our sales programme and that they are adhered to.

2) The Promotional Manager will report monthly to the Division Manager, monitoring performance opposite plan. He is expected to assist in market research and is responsible for reporting on competitive marketing activities in his market sector, such as launches of new products, special promotional programme and matters of pricing. Furthermore, he will assist the Division Manager in formulating promotional strategies.

3) The Promotional Manager is expected to propose individual targets by area/customer in conjunction with his medical detailers.

4) The Promotional Manager is expected to propose the allotting of territory to each representative, and he will prepare travel itineraries/visiting programmes taking into consideration a policy of selective selling.

5) The Promotional Manager is expected to maintain close relationship with major customers and important doctors, and to spend 85% of his time in the field, controlling the medical representatives and following up on imprtant

customers. He is expected to call personally on as many doctors as possible and to assist the medical detailers, when they encounter difficulties.

6) The Promotional Manager is expected to make recommendations on the size and the quality of his detailing force, and for identifying requirements for training.

7) The Promotional Manager will motivate his staff to perform their jobs to the best of their ability. He will take into account their need for incentive such as job satisfaction, security, status and leadership, and he will identify demotivators and propose avenues for removal.

8) The Promotional Manager is responsible that the medical detailers' visit reports are throughly evaluated and discussed, and that prompt action is taken on recommendations.

9) The Promotional Manager will maintain up-to-date records on customers and doctors and ensure that all potential outlets are properly serviced.

10) The Promotional Manager will rigidly control distribution of promotional material, this being samples or brochures, and ensure that the expenditures of his medical detailers are within the guidelines laid down by the Company.

11) The Promotional Manager is responsible for ensuring that all detailers are fully equipped with necessary and neatly

kept sales aids, and that they are fully briefed of all planned promotional efforts.

12) The Promotional Manager must maintain up-to-date information on customers' financial standing and closely monitor collection of outstanding debts to ensure that overdue debts are kept at a minimum and that difficult outstandings are attended to without delay.

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

# JOB DESCRIPTION

## SALES MANAGER

1. OBJECTIVE :

The Sales Manager directs the activities of his Supervisors and, through them, the Medical Representatives and Salesmen to secure the maximum volume of sales in accordance with the company's objectives and policies.

2. POSITION :

The Sales Manager occupies a line position and reports to the Marketing Manager.

The Supervisors report to the Sales Manager.

3. RESPONSIBILITIES :

The Sales Manager is responsible for all the field activities of his line. He assigns this work through the supervisors, and then takes the action required to see that it is being carried out properly. These tasks may be resumed in the functions of :

PLANNING

ORGANIZING

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

LEADING

CONTROLLING

3.1 Planning

The Sales Manager's planning job includes :

a) sales forecasting on an annual and quarterly basis.

b) assignment of territories to the field force.

c) the allocation of the resources at his disposal to achieve the company's overall objectives.

d) "Action programming" in determining what must be done and when it should be done to reach our objectives.

e) communication of the company's sales plan to those responsible for its execution (supervisor (s) and detailmen). The Sales Manager will organize sales meetings, individual sessions and frequent group review sessions for acquainting the field force with the company sales plans and objectives, gaining their acceptance and cooperation.

3.2 Organization

Personnel

- Through the Supervisors he is responsible for the recruitment, screening, interviewing, and training of representatives.

- He draws up and executes any necessary changes of territory assignments of representatives.

- He has authority to dismiss or transfer representatives.

- He handles personal problems affecting representatives.

- He recommends salary increments for supervisors and representatives.

3.3 Leadership

He spends 20% of his working time in the field :

- to assist the supervisor with on-the-job sales training techniques for representatives.

- to establish contracts with hospitals/and relations with government institutions.

He will be responsible for maintaining good social and business relations with government bodies.

3.4 Control

He reviews all activities in the field in order :

a) to identify actual performance against planned performance (as set out by objectives, budgets, targets), to discover deviations :

b) to determine to causes of weakness in the field sales efforts ;

c) to take corrective field action to remove the causes of deviations and bring actual performance back to the level of planned performance.

3.4.1 Reporting system

a) He reports monthly to the Marketing Meeting on business performance, doctors' response to our written and verbal promotion, etc.

b) He also reports on competitor activities, products prices, and deals carried out. This report should be accompanied by evidence in form of price-lists, example of literature.

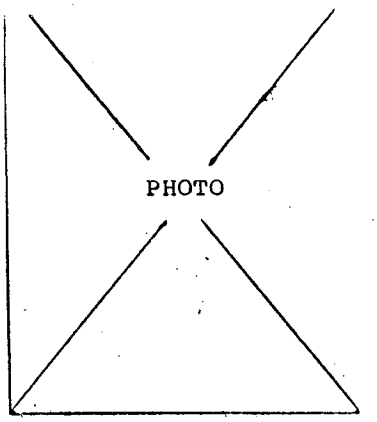
c) His half-yearly and annual report gives full details on all aspects of our marketing activities. He makes recommendations on any changes which he feels would be needed in future operations.

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ภาคผนวก ค.

ตัวอย่างแบบฟอร์มใบสมัครงาน

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย




## APPLICATION FOR EMPLOYMENT

Position applied for: .....
Salary expected (in gross): Bht. ..... per month

---

Full name in Thai : .....
English: .....
Age: ..... Sex: ..... Height:..... Weight:.....
Date of Birth: ..... Place of Birth: .....
Nationality: ..... Religion: .....
Identity Card No.: ..... Date of Issue: .....
Place of Issue: ..... Expiry on: .....
Registered Address: .....
..... Tel.: .....
Present Address: .....
..... Tel.: .....
Marital Status: Single ☐ Married ☐ Divorced ☐
No. of Children (give ages): .....
Other Dependents:

| | Name | Age | Occupation |
|---|---|---|---|
| Spouse : | | | |
| Father : | | | |
| Mother : | | | |
| Other (s): | | | |
| : | | | |

Military Service: Not yet ☐ Exempted ☐ Discharged ☐
Reason(s): .....
.....
Do you own a house: No ☐ Yes ☐
Do you own a car: No ☐ Yes ☐ Driving License No. .....

Name(s) of any person(s) whom you know in the company:

1. .....
2. .....
3. .....

Are you related to anybody in the company:

No ☐ Yes ☐ If so, to whom:

1. .....
2. .....
3. .....

List Clubs, Associations, etc. of which you are member:

1. .....
2. .....
3. .....

Have you ever had any serious or persistent illness in the past 12 months:

No ☐ Yes ☐

If yes, give details: .....
.....

Have you ever been arrested in connection with a criminal case:

No ☐ Yes ☐

If yes, give details: .....
.....

Have you ever been dismissed from employment:

No ☐ Yes ☐

If yes, give details: .....
.....

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## EDUCATION

| Type of School | Name | Year From | Year To | Diploma/Degree |
|---|---|---|---|---|
| Secondary | ..... | | | |
| High School | ..... | | | |
| College | ..... | | | |
| University | ..... | | | |
| Vocational School | ..... | | | |
| Other | ..... | | | |

Have you ever been abroad for training: No ☐ Yes ☐

If so, where: .....

when : .....

Course taken: .....

Award: .....

Experience and Qualifications: (Indicate whether Excellent, Good, Fair, Poor)

| Languages | Speak | Read | Write |
|---|---|---|---|
| Thai | ..... | ..... | ..... |
| English | ..... | ..... | ..... |
| Chinese | ..... | ..... | ..... |
| Other | ..... | ..... | ..... |

Can you type: No ☐ Yes ☐ If so, speed ..... w/pm.

Can you take shorthand: No ☐ Yes ☐ If so, speed ..... w/pm.

Other special qualification(s): .....

.....

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## EMPLOYMENT HISTORY

(Give last employer first)

| Name and address | Position | From | To | Last salary | Reason for Leaving |
|---|---|---|---|---|---|
| 1. ..... | | | | | |
| 2. ..... | | | | | |
| 3. ..... | | | | | |
| 4. ..... | | | | | |
| 5. ..... | | | | | |

## REFERENCES

(Personal References other than relatives or former employers)

| Name | Address | Occupation | Relationship |
|---|---|---|---|
| 1. ..... | | | |
| 2. ..... | | | |
| 3. ..... | | | |

---

I hereby certify that all the information given in this application form is true and correct to the best of my knowledge. Misrepresentation or omission of fact will be a cause for dismissal without any monetary compensation from the company. I understand that I must pass the firm's physical examination standards established by the company's physician and I understand further that I shall not become an employee of the firm until I have signed an appointment agreement counter-signed by the company's management.

Date .....

Signed: .....
Applicant

ภาคผนวก ง.

แบบฟอร์มรายงานประจำวัน ประจำเดือนและรายงานค่าใช้จ่าย

ในการเดินทางของบริษัทยาต่าง ๆ

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

Report No.....

# SALESMEN'S DAILY REPORT

Salesman:..... .....Zone:..... Today Town:..... Tomorrow Town:..... Date:.....

| Call No. | Doctor or Customer's Name | Product detailed & classi. | Collection | Order No. | Value of Order | | | Product Sampled | Comments |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | Ethical | Proprietary | Toiletry | | |
| 1 | | | | | | | | | |
| 2 | | | | | | | | | |
| 3 | | | | | | | | | |
| 4 | | | | | | | | | |
| 5 | | | | | | | | | |
| 6 | | | | | | | | | |
| 7 | | | | | | | | | |
| 8 | | | | | | | | | |
| 9 | | | | | | | | | |
| 10 | | | | | | | | | |
| 11 | | | | | | | | | |
| 12 | | | | | | | | | |
| 13 | | | | | | | | | |
| 14 | | | | | | | | | |
| | | | Baht. | No. of Orders | Baht. | Baht. | Baht. | No. of Samples | |
| | TOTAL:- To-day | | | | | | | | |
| | CUMULATIVE TOTAL UP TO YESTERDAY | | | | | | | | |
| | CUMULATIVE TOTAL THIS CYCLE | | | | | | | | |

Form No.01779

# REPRESENTATIVE S DAILY REPORT

CHECKED BY:

| NAME | FOR MD CALLS ONLY | | | | | | | ADDRESS | PRODUCT | | PRODUCT | | PRODUCT | | PRODUCT | | ORDER NUMBER | ORDER VALUE | YES | NO | IF YES DETAILS: |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | SPECIALTY | PRACTISING IN: CLINIC HOSPIT | LARGE | SMALL | POLY | WHERE VISITED HOSPIT | CLINIC | | LIT | SAM | LIT | SAM | LIT | SAM | LIT | SAM | | | | | |
| 1 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | ANY HOSPITAL MEETING DUE? | ☐ | ☐ |
| 2 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | ANY COMPETITIVE NEW PRODUCTS? | ☐ | ☐ |
| 3 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | ANY COMPETITIVE PRICE CHANGES? | ☐ | ☐ |
| 4 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 5 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 6 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 7 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 8 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 9 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 10 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 11 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 12 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 13 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 14 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 15 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 16 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 17 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 18 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

| TOTAL CALLS | DOCTORS | DRUG STORES | HOSPITALS | NURSE / MW | PHARMACISTS | VETS | DENTISTS | TOTAL SAMPLES | | | | | TOTAL NO. | TOTAL $ | NAME | ZONE | TOWN | DATE |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

NO. _____

# TRAVELLING EXPENSE REPORT

Covering period from _____ to _____ Zone _____ Name _____

| Day and Date | Points of Travel | Daily Allowance | | | Postage etc. | | Van Speedo. Readings | Kms. in Day | Petrol | Miscellaneous | | TOTA |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | Travel * | Hotel | Meals * | Code | Amount | | | | Details | Amount | |
| Mon. | | | | | | | | | | | | |
| Tue. | | | | | | | | | | | | |
| Wed. | | | | | | | | | | | | |
| Thur. | | | | | | | | | | | | |
| Fri. | | | | | | | | | | | | |
| Sat. | | | | | | | | | | | | |
| Sun. | | | | | | | | | | | | |
| TOTAL | | | | | | | | | | | | |

Code : P = Postage
T = Telephone
W = Wire
M = Money Order

Balance per last report Bht. _____
Received Cheque No. _____ _____
Total to account for
Expenses this report
Balance on hand Bht. ==========

Date: _____ Signed: _____
Send Remittance to: _____
Sales Dept. Checked: _____ Supervisor: _____
Approved: _____ Authorised: _____
Accounts Dept. Checked: _____

*Vouchers not necessary

Form No. 8

## TRAVELLING EXPENSE REPORT - BANGKOK

Name: _____ Covering period from _____ to _____ 197__

| Day and Date | Travel Baht | Other Expense | | TOTAL |
|---|---|---|---|---|
| | | Details | Baht | |
| 1 | | | | |
| 2 | | | | |
| 3 | | | | |
| 4 | | | | |
| 5 | | | | |
| 6 | | | | |
| 7 | | | | |
| 8 | | | | |
| 9 | | | | |
| 10 | | | | |
| 11 | | | | |
| 12 | | | | |
| 13 | | | | |
| 14 | | | | |
| 15 | | | | |
| 16 | | | | |
| 17 | | | | |
| 18 | | | | |
| 19 | | | | |
| 20 | | | | |
| 21 | | | | |
| 22 | | | | |
| 23 | | | | |
| 24 | | | | |
| 25 | | | | |
| 26 | | | | |
| 27 | | | | |
| 28 | | | | |
| 29 | | | | |
| 30 | | | | |
| 31 | | | | |
| TOTAL | | | | |

Signature: _____ Sales Dept. Checked: _____ Supervisor: _____

Date: _____ Approved: _____ Authorised: _____

Form No. 16/76 Accounts Dept. Checked: _____

MONTHLY REPORTS

Medical representative/Salesman ..... Area ..... Month .....

| SAMPLES DISTRIBUTED | | | VISITS MADE | |
|---|---|---|---|---|
| Product | Packing | Quantity | Doctors | |
| | | | Pharmacists | |
| | | | Drugstore/Wholesalers | |
| | | | Others | |
| | | | Total | |

| WORKING DAYS | SUCCESS REPORT | |
|---|---|---|
| in the field | Total number of orders | |
| in the office | Total turnover in baht | |
| Vacation | New customers (1st order) | |
| Illness | Customers won back - at least one year without order | |
| Weekend/Holidays | | |
| Total | | |

A) Observations on the market situation

1. General economic situation

2. Overall pharm. business

3. New products launched, prices changed

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

4. Others

B) Comments on our monthly promotional activities

1st product

1. Doctors' comments to the product:

2. Acceptance of target indications & detailing story:

Suggestions:-

3. Acceptance of the literature:

Suggestions:-

4. Others (e.g. promotional ideas)

2nd product

1. Doctors' comments to the product:

2. Acceptance of target indications & detailing story:

Suggestions:-

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

3. Acceptance of the literature:

Suggestions:

4. Others (e.g. promotional ideas)

C) Observations on competitors' promotional activities

a) Strategy

b) Literature

c) Gimmicks

d) Special sales conditions

e) Others

d) Miscellaneous (e.g. problems)

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ภาคผนวก จ.

แบบฟอร์มการประเมินผลงานของพนักงานขาย

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## แบบฟอร์มการประเมินผลงาน ของผู้แทนแผนกขาย

ชื่อ.....วันที่.....

ตำแหน่ง.....ระยะเวลาทำงาน.....วัน/เดือน.

เขตที่รับผิดชอบ.....แผนก.....

| |
|---|
| สายหรือขาด.....วัน ขาดประชุม.....วัน |
| ลา.....วัน |
| ป่วย.....วัน |
| รวม.....วัน |

ประเมินโดย.....

| | ผลการปฏิบัติงาน และคุณสมบัติ | % | เกรด | หน่วยกิต | น้ำหนัก | คะแนน |
|---|---|---|---|---|---|---|
| ผลปฏิบัติงานขายเป็นตัวเลข | 1. ผลการขายรวมเปรียบเทียบ Target | | | | 5 | |
| | 2. ผลการเก็บเงินเปรียบเทียบ Target | | | | 5 | |
| | 3. ผลการขาย VIPเปรียบเทียบ Target | | | | 4 | |
| | 4. ผลการขายMMP เปรียบเทียบ Target | | | | 3 | |
| | 5. ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของบริษัทและคู่แข่งขัน(Product Knowledges) | | | | 2 | |
| คุณสมบัติที่ดีในการทำงาน | 6. การเป็นผู้ที่สนใจให้ข้อมูลที่ดีแก่บริษัท | | | | 1 | |
| | 7. ส่งรายงานอย่างสม่ำเสมอ(Reporting) | | | | 2 | |
| | 8. ให้ความร่วมมือต่อบริษัท ( Co-operation) | | | | 1 | |
| | 9. รักษาระเบียบและคำสั่งของบริษัท | | | | 1 | |
| | 10. ความรับผิดชอบในหน้าที่ | | | | 1 | |
| | 11. การตรงต่อเวลา | | | | 1 | |
| | 12. การมีความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า | | | | 1 | |
| | 13. การมีมนุษย์สัมพันธ์และร่วมมือกับเพื่อนร่วมงาน | | | | 1 | |
| | 14. ขยันในการทำงานและขยายตลาดให้แก่บริษัท . | | | | 2 | |
| | 15. รักษาผลประโยชน์ให้บริษัทในการทำธุรกิจกับลูกค้า | | | | 2 | |
| | | | | | 32 | |
| | | | | | | |

## การพิจารณาให้เกรด

1. ผลงานทางด้านขายที่ออกเป็นเปอร์เซนต์ให้ถือหลักดังนี้

| | |
|---|---|
| เกรด A | 100 % ขึ้นไป |
| เกรด B | 90-99 % |
| เกรด C | 80-89 % |
| เกรด D | 70-79 % |
| เกรด F | 50-69 % |

2. การวัดผลทางด้านคุณสมบัติในการทำงาน

| | | |
|---|---|---|
| เกรด A | = | ดีมาก |
| เกรด B | = | ดี |
| เกรด C | = | พอใช้ |
| เกรด D | = | ค่อนข้างแย่ |
| เกรด F | = | แย่มาก |

3. เกรดและหน่วยกิต

| | | |
|---|---|---|
| เกรด A | = | 4 |
| เกรด B | = | 3 |
| เกรด C | = | 2 |
| เกรด D | = | 1 |
| เกรด F | = | 0 |

ให้ หน่วยกิต x น้ำหนัก = คะแนนรวม

หาค่าคะแนนเฉลี่ย = $\frac{\text{คะแนนรวมทั้งหมด}}{\text{น้ำหนัก}}$

| ถ้าคะแนนเฉลี่ยได้ | การพิจารณาความดีความชอบ |
|---|---|
| 4.00 - 3.50 | % สูงสุดในการขึ้นเงินเดือน(เช่น 3 ขั้น) |
| 3.49 - 2.76 | 2 ขั้น |
| 2.75 - 2.00 | 1 ขั้น |
| 1.99 - 1.50 | 0 |
| 1.49 - 1.00 | ตักเตือน ภาคทัณฑ์ |
| ต่ำกว่า 1.00 | ให้ออก |

| สรุปความเห็น | |
|---|---|
| Supervisor | |
| Division Sales Manager | |
| Marketing Director | |

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

INDIVIDUAL RATING FORM
(FIELD FORCE)

FOR YEAR OF 19___

NAME:_____ TITLE:_____

SECTION:_____ DEPARTMENT:_____

| | Out-standing (A) | Good (B) | Fair (C) | Poor (D) |
|---|---|---|---|---|
| 1. PRODUCT KNOWLEDGE ความรู้ความเข้าใจในผลิตภัณฑ์ | | | | |
| 2. SALESMANSHIP ความมีลักษณะของพนักงานขาย | | | | |
| 3. VERSATILITY ความสามารถรอบคอบ | | | | |
| 4. ABILITY TO LEARN ความสามารถในการเรียนรู้ | | | | |
| 5. INTELLIGENCE ความมีเชาวไหวพริบ | | | | |
| 6. INITIATIVE การริเริ่ม | | | | |
| 7. INDUSTRY ความอุตสาหะ ขยันขันแข็ง | | | | |
| 8. JUDGMENT การตัดสินใจ | | | | |
| 9. DEPENDABILITY ความเป็นที่ไว้วางใจ | | | | |
| 10. CO-OPERATION ความร่วมมือ | | | | |
| 11. LEADERSHIP การเป็นผู้นำ | | | | |
| 12. PERSONAL APPEARANCE ลักษณะท่าทาง | | | | |
| 13. ATTITUDE ท่าทีตอนรับ | | | | |
| 14. LOYALTY ความจงรักภักดี | | | | |
| 15. DEALING WITH FELLOW EMPLOYEES การสมาคมกับเพื่อนร่วมงาน | | | | |
| 16. DEALING WITH CUSTOMERS การติดต่อกับลูกค้า | | | | |
| 17. PUBLIC RELATIONS การสมาคมกับบุคคลภายนอก | | | | |
| 18. KNOWLEDGE OF COMPETITIVE OPERATIONS ความรู้เกี่ยวกับคู่แข่งขัน | | | | |
| 19. REPORT WRITING การเขียนรายงาน | | | | |

REMARKS:_____

OVERALL APPRAISAL:_____

DATE:_____ APPRAISED BY:_____

TITLE:_____

BY MANAGEMENT

REMARKS:_____

OVERALL APPRAISAL:_____

DATE:_____

_____
MANAGEMENT

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

# PROGRESS REPORT

Representative: _____

Area: _____

Years _____

A Outstanding

B Above Standard

C Standard

D Action needed

| Date | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Code | A | B | C | D | A | B | C | D | A | B | C | D | A | B | C | D | A | B | C | D |
| A. BASIC QUALITIES | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Appearance | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Organisation | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Planning | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Punctuality | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Cars of Company Property | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Reports | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Record Cards | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Adherance to Sales Conditions | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| B. KNOWLEDGE | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Product Knowledge | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Knowledge of Competitors | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Knowledge of Customers | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| C. DAILY CALL RATES | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Doctors | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Hospitals/PHC | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Drug Stores | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Others | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

| Date | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Code | A | B | C | D | A | B | C | D | A | B | C | D | A | B | C | D | A | B | C | D |
| D. DETAIL/SALES TALK | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Preparation | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Adherance to Steps in Policy | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Opening Statement | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Two-Way Communication | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Overcoming Objections | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Use of Samples/Aids | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Benefits mentioned | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Close/Salesmanship | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| E. PERSONALITY | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Self-Confidence | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Integrity | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Initiative | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Enthusiasm | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Responsibility | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Human Relations | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| F. SALES PERFORMANCE UP TO DATE | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

G. COMMENTS OF SENIOR STAFF AND REPRESENTATIVE;

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

# ประวัติผู้เขียน

นางสาวดารณี อริยวุฒยากร เกิดวันที่ ๒๙ สิงหาคม พ.ศ. ๒๔๙๓ ณ จังหวัดเชียงใหม่ สำเร็จการศึกษาเภสัชศาสตร์บัณฑิต จากคณะเภสัชศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย พ.ศ. ๒๕๑๗ ปัจจุบันทำงานเป็นอาจารย์ประจำภาควิชาเภสัชกรรม คณะเภสัชศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย