

Jaymart 
GROUP

ห่วงโซ่คุณค่า

บริษัท เจมาร์ท กรุ๊ป โฮลดิ้งส์ จำกัด (มหาชน)



ห่วงโซ่คุณค่าของเจมาร์ท

วิเคราะห์ความต้องการผู้บริโภค

เข้าใจความต้องการ แนวโน้มของตลาด และนำไปใช้ในการจัดหาผลิตภัณฑ์ที่ตรงตามเป้าหมาย

- วิเคราะห์ข้อมูลผู้บริโภค
- จัดกลุ่มลูกค้า เพื่อพัฒนากลยุทธ์สำหรับแต่ละกลุ่ม
- วิเคราะห์แนวโน้มใหม่ในอุตสาหกรรม

การตลาดและการขาย

ส่งเสริมภาพลักษณ์ขององค์กร พัฒนาช่องทางการส่งมอบสินค้าที่หลากหลายและมีประสิทธิภาพ

- สร้างการรับรู้แบรนด์
- กลยุทธ์ทางการตลาด
- การทำแคมเปญโปรโมชัน
- พัฒนาช่องทางการขาย

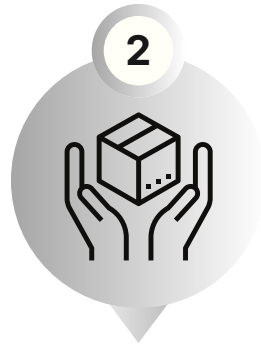
บริการหลังการขาย

สร้างความสัมพันธ์ระยะยาวและรักษาความไว้วางใจของลูกค้า

- ช่องทางให้คำปรึกษา การรับประกันสินค้าและบริการหลังการขาย
- รับฟังเสียงจากลูกค้า เพื่อนำมาปรับปรุงบริการ
- มอบประสบการณ์ที่ดีให้แก่ลูกค้าผ่านพนักงานผู้มีความเชี่ยวชาญ



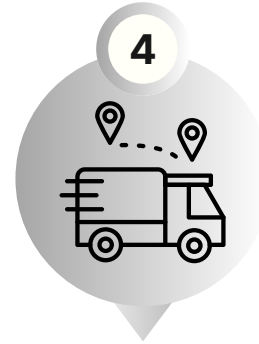
1



2



3



4



5

จัดหาผลิตภัณฑ์ และสร้างความร่วมมือกับคู่ค้า

จัดหาผลิตภัณฑ์ที่ตรงตามความต้องการ สร้างความร่วมมือกับพันธมิตรและคู่ค้า

- คัดเลือกคู่ค้าที่มีศักยภาพและคำนึงถึงการดำเนินงานด้านความยั่งยืน
- สร้างพันธมิตรเชิงกลยุทธ์
- คัดเลือกสินค้าที่มีมาตรฐาน

การจัดเก็บและกระจายสินค้า

กระบวนการส่งมอบสินค้าที่มีประสิทธิภาพ รวดเร็ว และเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

- พัฒนาประสิทธิภาพในการขนส่ง
- การบริหารคลังสินค้า
- การขนส่งที่ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก/ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม