PEAK ACCOUNT · PUUN INTELLIGENT CO., LTD.

คู่มือและสไลด์อบรมมาตรฐาน SDR & Sales Onboarding (5–90 วัน)

ฉบับสมบูรณ์: ประวัติองค์กร · บัญชี-ภาษีพื้นฐาน · 6 แพ็กเกจ · วิเคราะห์ 13 ธุรกิจ · สคริปต์คุยสาย/Demo · FAQ · คำศัพท์ · และข้อสอบ

ส่วนที่ 1: แผนการอบรม 5 / 15 / 30 / 45 / 60 / 90 วัน & Checklist

โครงสร้างเวลา: **ช่วงวันที่ 1–7 แรก** เทรนนิ่งสด 50% (Onsite 1-1 & Online) : ดูวิดีโอฝึกใช้โปรแกรม 50% (เก็บเนื้อหาจำเป็นให้จบใน 5–7 วันแรก และ **เริ่มโทรหาลูกค้าจริงตั้งแต่วันที่ 5**) · **ช่วงวันที่ 8–90** ทำงานจริง 80% : เทรนนิ่งต่อเนื่อง 20–30%

ช่วงที่ 1 · วันที่ 1–7 แรก (Core Intensive & Day 5 Live Call) — ปูพื้นฐานจำเป็นให้จบใน 5–7 วันแรก & เริ่มโทรหาลูกค้าจริงตั้งแต่วันที่ 5

สัดส่วนเวลา: เทรนนิ่ง 50% (Onsite 1-1 & Online) : ดูวิดีโอวิธีใช้โปรแกรม & กดระบบ 50%

เรียนรู้ประวัติบริษัท, พื้นฐานบัญชี-ภาษี, 6 โมดูล 6 แพ็กเกจ, การวิเคราะห์ธุรกิจลูกค้า และการเปิดสาย โดยวันที่ 1–4 ซ้อมและกดระบบ ส่วนตั้งแต่วันที่ 5 เป็นต้นไป ทั้ง SDR และ Sales เริ่มโทรหาลูกค้าจริงบางส่วนเพื่อทดลองสนามและนำสายมาโค้ช 1-1

Agenda:

- วันที่ 1: รู้จัก PUUN & PEAK, Ecosystem สำนักงานบัญชี 2,800 แห่ง, ห้อง Slack สำคัญ + ดูวิดีโอภาพรวมระบบ New PEAK (50:50)
- วันที่ 2: พื้นฐานบัญชี (5 หมวดบัญชี, เอกสารสู่งบการเงิน, FIFO vs Periodic) & ภาษีพื้นฐาน (VAT 7%, Tax Point สินค้า vs บริการ, WHT ภ.ง.ด.1/2/3/53/54) + ดูวิดีโอและลองกดสร้างใบเสนอราคา/ใบแจ้งหนี้/ใบกำกับภาษี/บันทึกค่าใช้จ่าย (50:50)
- วันที่ 3: เจาะลึก 6 โมดูล & 6 แพ็กเกจ (FREE ถึง PREMIUM), จุดตัดฟีเจอร์สำคัญ (PEAK Board, หลายคลัง, ใบปรับต้นทุน Landed Cost) และวิเคราะห์ธุรกิจ 13 ประเภท + ดูวิดีโอคลังสินค้าและกระทบยอดธนาคาร (50:50)
- วันที่ 4: คู่แข่ง & เกณฑ์คัดกรอง Qualify-Out, สคริปต์เปิดสาย SDR, 4 คำถามขุด Pain, กฎเหล็ก ‘3 อย่างก่อนวางสาย’ + ซ้อม Roleplay 1-1 กับพี่เลี้ยง (50:50)
- วันที่ 5 (เริ่มโทรจริง!): ช่วงเช้าทบทวน FAQ/คำห้ามพูด และเตรียมลิสต์ลูกค้า → ช่วงบ่ายทั้ง SDR และ Sales เริ่มโทรหาลูกค้าจริงเพื่อทดลองสนาม + ท้ายวันโค้ชแกะสายโทรแบบ Onsite 1-1
- วันที่ 6–7: เก็บตกเนื้อหาที่จำเป็นสำหรับการทำงานจริง + ดูวิดีโอโมดูล PEAK Tax, Asset, Payroll, PEAK Board + โทรลูกค้าจริงต่อเนื่องและสอบวัดผลพื้นฐานรอบสัปดาห์แรก

Checklist:

- [ ] เข้าห้อง Slack ครบทุกห้อง (#ae-sales-asc, #match-afp-sme-parc, #allbusinessteams, #sync-bd-ae-marketing, #signature-business)
- [ ] อธิบายความต่างของ 6 แพ็กเกจ (FREE ถึง PREMIUM) และจุดตัด 3 เรื่อง (PEAK Board, หลายคลัง, Landed Cost) ได้ถูกต้อง 100%
- [ ] แยกความต่างจุดเกิดภาษี (Tax Point) ของธุรกิจขายสินค้า vs ธุรกิจบริการ และข้อจำกัด ภ.ง.ด.54 / ภ.พ.30 ได้แม่นยำ
- [ ] ดูวิดีโอการใช้งานโปรแกรมและทดลองกดสร้างเอกสารฝั่งรายได้ (Qo→BN→IV→TIV) และฝั่งรายจ่ายในห้อง Sandbox ครบถ้วน
- [ ] ผ่านการซ้อม Roleplay เปิดสาย + ถาม 4 คำถามขุด Pain + พูดครบ ‘3 อย่างก่อนวางสาย’
- [ ] เริ่มโทรหาลูกค้าจริงในวันที่ 5 และนำบันทึกสายโทรมาเข้า Session โค้ช 1-1 กับเทรนเนอร์/หัวหน้าทีม

ช่วงที่ 2 · วันที่ 8–15 (15 วันแรก — Early Field Execution) — คล่องสนามโทรจริง · คัดกรองแม่นยำ · และเชื่อมโยงโมเดลธุรกิจลูกค้า

สัดส่วนเวลา: ทำงานจริง 80% : เทรนนิ่งเพิ่มเติม (Onsite 1-1 & Online) 20–30%

ขยับสัดส่วนสู่การทำงานจริง 80% ของเวลาแต่ละวัน พร้อมใช้เวลาอีก 20–30% เรียนรู้เชิงลึกเรื่องการวิเคราะห์รายได้-ค่าใช้จ่ายรายอุตสาหกรรม และการส่งไม้ต่อ (Handoff) ระหว่าง SDR กับ Sales

Agenda:

- ปฏิบัติงานจริง (80%): โทรติดต่อลูกค้าตามลิสต์ประจำวัน, คัดกรอง Segment/Persona, ขุด Pain Point และนัดหมายตาราง Demo (สำหรับ Sales เริ่มเข้าสังเกตการณ์และร่วมทำ Demo เคสพื้นฐาน)
- เทรนนิ่ง Onsite 1-1 & Online (20–30%): เจาะลึกโมเดลธุรกิจยอดฮิต (Trading B2B, Retail B2C, E-commerce, Service B2B) ว่าเขามีช่องทางขาย รายได้ และค่าใช้จ่ายอะไรบ้าง
- Call Clinic รายสัปดาห์: นำสายที่ลูกค้าปฏิเสธหรือถามคำถามยากมาแกะรอยปรับคำพูดแบบ 1-1

Checklist:

- [ ] คัดกรองเคสที่ไม่ตรงกลุ่ม (Hard Qualify-Out เช่น โรงงาน BOM ซับซ้อน หรือต้องการ Moving Average) ออกได้อย่างสุภาพและแม่นยำ
- [ ] [SDR] บันทึกข้อมูลส่งต่อให้ Sales ครบถ้วน (ประเภทธุรกิจ, ช่องทางขาย, Pain Point หลัก, คนทำบัญชี, และ 3 อย่างก่อนวางสาย)
- [ ] [Sales] ถามคำถามขุดลึก 11–14 ข้อต่อยอดจากบันทึกของ SDR ได้อย่างเป็นธรรมชาติโดยไม่ถามซ้ำเรื่องเดิม
- [ ] [Sales] ทำ Demo เคสธุรกิจบริการและซื้อมาขายไปพื้นฐาน (BASIC / PRO) ได้ครบโครงสร้าง 30 นาที
- [ ] ทำแบบทดสอบปรนัยจับจุดตาย 20 ข้อในพอร์ทัลนี้ได้คะแนนไม่ต่ำกว่า 85%

ช่วงที่ 3 · วันที่ 16–30 (30 วันแรก — Core Autonomy & Value Selling) — เปลี่ยนจากการท่องฟีเจอร์ เป็นการขายคุณค่า (Feature → Benefit → Value)

สัดส่วนเวลา: ทำงานจริง 80% : เทรนนิ่งเพิ่มเติม (Onsite 1-1 & Online) 20–30%

เน้นความคล่องตัวในการจับคู่ปัญหาของลูกค้าเข้ากับฟีเจอร์ของ PEAK การรับมือข้อโต้แย้งมาตรฐาน และการแนะนำบริการเสริมหลังการขาย (PARC Onboarding Training & จับคู่สำนักงานบัญชี)

Agenda:

- ปฏิบัติงานจริง (80%): บริหารจัดการ Pipeline ของตัวเอง, โทรขุด Pain และทำ Demo ตามตารางนัดหมายจริง
- เทรนนิ่ง Onsite 1-1 & Online (20–30%): ฝึกแปลง Feature → Benefit → Value → Proof แยกตามบทบาทคนฟัง (คุยกับ CEO vs คุยกับนักบัญชี)
- เรียนรู้ขั้นตอนการส่งเคส PARC Onboarding Training (Typeform) และการส่งเคสจับคู่สำนักงานบัญชีในห้อง #match-afp-sme-parc

Checklist:

- [ ] ตอบข้อโต้แย้งหลัก (‘ราคาแพง’, ‘ต้องถามสำนักงานบัญชีก่อน’, ‘กลัวย้ายข้อมูลยาก’) ตามโครงสร้าง Acknowledge → Reframe → Proof ได้คล่อง
- [ ] [SDR] รับมือสายลูกค้าที่ลังเลหรือขอเลื่อนนัด พร้อมดึงกลับมาล็อกคิว Demo ใหม่ได้อย่างมืออาชีพ
- [ ] [Sales] นำเสนอแพ็กเกจ PRO Plus (฿12,000/ปี) คู่กับคอร์ส PARC Onboarding Training (฿2,500 / ฿6,000 / ฿7,500) ได้อย่างชัดเจน
- [ ] [Sales] เปิดหน้าจอโชว์การลงบัญชี Dr/Cr อัตโนมัติ, รายงานลูกหนี้ AR Aging และการดึงข้อมูลเข้า PEAK Tax ให้นักบัญชีดูได้อย่างมั่นใจ

ช่วงที่ 4 · วันที่ 31–45 (45 วัน — Industry Deep-Dive & Advanced Modules) — เชี่ยวชาญธุรกิจเฉพาะทาง (E-commerce, นำเข้า Landed Cost, รับเหมา, คลินิก)

สัดส่วนเวลา: ทำงานจริง 80% : เทรนนิ่งเพิ่มเติม (Onsite 1-1 & Online) 20–30%

ยกระดับความสามารถสู่การให้คำปรึกษาเคสที่มีโครงสร้างรายได้-ต้นทุนซับซ้อน และการเปรียบเทียบจุดเด่นเหนือคู่แข่ง (FlowAccount, Express, ERP) อย่างถูกต้องตามข้อเท็จจริง

Agenda:
- ปฏิบัติงานจริง (80%): ดูแลเคสลูกค้ากลุ่ม Growing Trading, E-commerce และธุรกิจหลายสาขา/หลายโปรเจกต์
- เทรนนิ่ง Onsite 1-1 & Online (20–30%): เจาะลึกการกดใช้ 'ใบปรับต้นทุนสินค้า (Landed Cost)', การโอนย้ายสินค้าระหว่างคลัง (PT), การตั้งค่า PEAK Board 4 กลุ่มพร้อมการปันส่วน (Allocation), และการเชื่อม Marketplace/Open API
- ฝึกวิเคราะห์ Battlecard คู่แข่ง เพื่อวางตำแหน่ง PEAK ให้ชนะด้วยความลึกของระบบบัญชีและ Ecosystem

Checklist:
- [ ] วิเคราะห์โครงสร้างรายได้และค่าใช้จ่ายของธุรกิจทั้ง 13 ประเภท และระบุฟีเจอร์ที่ควรแนะนำได้ทันทีโดยไม่ต้องเปิดโพย
- [ ] เปรียบเทียบ PEAK กับ FlowAccount และ Express ได้อย่างมืออาชีพโดยไม่พูดข้อมูลเก่าที่ผิด (Zero Stale Claims)
- [ ] [Sales] สาธิตฟีเจอร์ใบปรับต้นทุนสินค้า (Landed Cost) และแดชบอร์ด PEAK Board แยกตามโปรเจกต์/สาขาได้สมบูรณ์
- [ ] [Sales] อธิบายความต่างของ e-Tax by Time Stamp vs Full e-Tax (INET/Leceipt) และการเชื่อม Marketplace ทางเดียวได้ชัดเจน

ช่วงที่ 5 · วันที่ 46–60 (60 วัน — Mid-Market, Multi-Stakeholder & Feedback Mastery) — รับมือดีลที่มีผู้ตัดสินใจหลายคน (CEO + CFO + บัญชี + IT) & แก้ปัญหาเฉพาะหน้า

สัดส่วนเวลา: ทำงานจริง 80% : เทรนนิ่งเพิ่มเติม (Onsite 1-1 & Online) 20–30%

โฟกัสการบริหารดีลขนาดกลาง-ใหญ่ (PRO Plus / PREMIUM) ที่มีทั้งเจ้าของ นักบัญชี และฝ่ายไอทีเข้าฟังพร้อมกัน รวมถึงการรับมือเมื่อลูกค้าบ่นหรือให้ Feedback เชิงลบตามหลัก LAST

Agenda:
- ปฏิบัติงานจริง (80%): บริหารเคสที่มีวงจรการตัดสินใจหลายขั้นตอน ติดตามใบเสนอราคาค้าง และช่วยคลายข้อกังวลของฝ่ายบัญชีลูกค้า
- เทรนนิ่ง Onsite 1-1 & Online (20–30%): เจาะลึกแพ็กเกจ PREMIUM (฿35,000/ปี) — ระบบควบคุมการจัดซื้อ PR→PO→GR→IR, Quotation Control, การกำหนดสิทธิ์ผู้ใช้งานละเอียด และการประเมินเคสส่งต่อ PARC Consulting (฿12k–฿70k)
- ฝึกซ้อมรับมือเคสลูกค้าหงุดหงิด/บ่นระบบด้วยกรอบคิด LAST (Listen → Acknowledge → Solve → Track)

Checklist:
- [ ] รับมือสถานการณ์ลูกค้าบ่นหรือให้ Feedback เชิงลบด้วยหลัก LAST ได้อย่างใจเย็นและไม่รับปากเกินขอบเขตระบบ
- [ ] [SDR] สามารถคัดกรองและนัดหมายเคสระดับ Mid-Market (ต้องการ PR→PO หรือ Open API) พร้อมดึงผู้เกี่ยวข้องเข้าประชุมครบทีม
- [ ] [Sales] สาธิต Flow การควบคุมจัดซื้อ PR→PO→GR→IR และการตั้งวงเงินอนุมัติบนแพ็กเกจ PREMIUM ได้อย่างแม่นยำ
- [ ] [Sales] คัดกรองเคสที่ควรเสนอ PARC Consulting Service (฿12,000–฿70,000) และส่งข้อมูลประสานงานทีม PARC ได้ครบถ้วน

ช่วงที่ 6 · วันที่ 61–90 (90 วัน — Certified PEAK Revenue Advisor) — ก้าวสู่ที่ปรึกษาเต็มตัว · แม่นยำทุกมิติ · และพร้อมเป็นพี่เลี้ยงให้น้องรุ่นถัดไป

สัดส่วนเวลา: ทำงานจริง 80% : โค้ชยกระดับทักษะ & ทบทวนกรณีศึกษา 20%

ประเมินความพร้อมครบทุกมิติทั้งด้านความรู้ผลิตภัณฑ์ บัญชี-ภาษี การวิเคราะห์ธุรกิจ 13 ประเภท และทักษะการสื่อสาร เพื่อรับรองการผ่านโปรเป็นที่ปรึกษามาตรฐานของ PEAK

Agenda:
- ปฏิบัติงานจริง (80%): รับผิดชอบพอร์ตงานเต็มรูปแบบ บริหารจัดการเวลาและคุณภาพสายสนทนาด้วยตัวเอง

- การทบทวนและสอบรับรองผล (20%): ทดสอบครบทั้ง 5 รูปแบบใน Assessment Center (ปรนัย, จัดแพ็กเกจ, คัดกรองเคส, Roleplay, และภารกิจกดระบบ Sandbox ครบ 10 ภารกิจ)
- ร่วมแชร์กรณีศึกษา (Win / Loss Case Sharing) ในทีมเพื่อแลกเปลี่ยนเทคนิคการแก้ปัญหาลูกค้า

Checklist:
- [ ] ทำภารกิจลงมือกดในระบบทดสอบ (Sandbox Practical Missions) ครบทั้ง 10 ภารกิจโดยไม่ต้องพึ่งคู่มือ
- [ ] ผ่านเกณฑ์มาตรฐานคุณภาพการคุยสาย (Call/Demo QC) โดยไม่มีการพูดข้อมูลต้องห้าม (Zero Do-Not-Say Violations)
- [ ] นำเสนอเคสตัวอย่างที่ตัวเองดูแล (1 เคสที่สำเร็จ และ 1 เคสที่ได้เรียนรู้) ให้หัวหน้าทีมฟังเพื่อรับการรับรองครบ 90 วัน

ส่วนที่ 2: คัมภีร์วิเคราะห์ธุรกิจ 13 ประเภท (ขายอะไร · B2B/B2C · ช่องทางขาย · รายได้ · ค่าใช้จ่าย · ฟีเจอร์ที่แนะนำ)

1. ธุรกิจซื้อมาขายไป B2B (Trading / ขายส่ง / ตัวแทนจำหน่าย)

โมเดล: B2B เป็นหลัก (อาจมี B2C ผสม) | แพ็กเกจที่แนะนำ: PRO (฿9,000/ปี) หรือ PRO Plus (฿12,000/ปี)
ขายอะไร: ขายสินค้าสำเร็จรูปเป็นล็อตหรือยกลังให้กับบริษัท ร้านค้าย่อย โรงงาน หรือโครงการ เช่น วัสดุก่อสร้าง อุปกรณ์สำนักงาน เคมีภัณฑ์ ชิ้นส่วนอะไหล่ อุปกรณ์ไอที สินค้าอุปโภคบริโภค
ช่องทางการขาย (Sales Channels):
- ทีมเซลล์วิ่งหาลูกค้า / Telesales เสนอราคาผ่านใบเสนอราคา (Quotation)
- รับใบสั่งซื้อ (PO) จากฝ่ายจัดซื้อของลูกค้าทาง LINE OA หรือ Email
- ขายประจำตามสัญญาวางบิลรายเดือน (Credit Term 30–60 วัน)

รายได้มีอะไรบ้าง (Revenue Streams):
- รายได้จากการขายสินค้า (Sales Revenue) — มักให้เครดิตเทอมและมีส่วนลดการค้า/ส่วนลดตามยอดซื้อ
- รายได้ค่าจัดส่งสินค้าที่เรียกเก็บพ่วงในบิล
- รายได้ค่าบริการติดตั้งหรือซ่อมบำรุง (กรณีขายอุปกรณ์พร้อมติดตั้ง — ต้องระวังแยกบริการเพื่อหัก ณ ที่จ่าย 3%)

ต้นทุนและค่าใช้จ่ายมีอะไรบ้าง (Costs & Expenses):
- ต้นทุนสินค้าขาย (COGS) — ซื้อสินค้าเข้าคลังแต่ละล็อตในราคาที่อาจปรับขึ้นลง
- ค่าขนส่งสินค้าขาเข้าและขาออก (ค่ารถขนส่ง / น้ำมัน)
- ค่าคอมมิชชันและค่าเดินทางของทีมเซลล์
- ค่าเช่าโกดัง/คลังสินค้า ค่าน้ำ-ไฟ และเงินเดือนพนักงานคลัง/แอดมิน

ฟีเจอร์ PEAK ที่แนะนำ:
- Flow เอกสารการค้าครบวงจร: ใบเสนอราคา (Qo) → ใบวางบิล (BN) → ใบส่งของ/ใบแจ้งหนี้/ใบกำกับภาษี → ใบเสร็จรับเงิน (RE)
- รายงานอายุลูกหนี้ (AR Aging) และเจ้าหนี้ (AP Aging): ดูทันทีว่าลูกค้ารายไหนเกินกำหนดชำระกี่วัน เพื่อตามหนี้ได้ทัน
- ระบบสต็อก Perpetual FIFO (PRO ขึ้นไป): ตัดสต็อกและบันทึกต้นทุนขายอัตโนมัติรายบิล รู้กำไรขั้นต้นทันที
- คลังสินค้าหลายแห่ง (Multi-Warehouse — BASIC/PRO 10 คลัง, PRO Plus ไม่จำกัด) พร้อมใบโอนย้ายสินค้า (PT) กรณีมีคลังหลักและคลังสาขา/รถหน่วยรถขาย
- PEAK Board (PRO Plus): ดูงบกำไรขาดทุนแยกตามทีมเซลล์ หรือแยกตามกลุ่มสินค้า

คำถามขุด Pain & ข้อควรระวัง: คำถามขุด Pain: ‘ตอนนี้มีลูกหนี้การค้าค้างชำระกี่ราย แล้วแอดมินใช้เวลารวบรวมบิลทำใบวางบิลสิ้นเดือนนานไหมครับ?’ · ข้อควรระวัง: หากลูกค้าต้องการคำนวณต้นทุนแบบถัวเฉลี่ย (Moving Average) หรือคุมตำแหน่งชั้นวางระดับ WMS ต้องแจ้งว่า PEAK ใช้ FIFO และคุมระดับคลังสินค้า

2. ธุรกิจค้าปลีกหน้าร้าน (Trading B2C / Retail / POS)

โมเดล: B2C เป็นหลัก (ลูกค้าทั่วไปหน้าร้าน) | แพ็กเกจที่แนะนำ: PRO (฿9,000/ปี) หรือ PRO Plus (฿12,000/ปี กรณีเชื่อม API/หลายสาขา)
ขายอะไร: ขายสินค้าอุปโภคบริโภค เสื้อผ้าแฟชั่น เครื่องสำอาง อุปกรณ์สัตว์เลี้ยง ร้านวัสดุก่อสร้างปลีก ร้านขายยาหรือมินิมาร์ท ให้แก่ผู้บริโภคทั่วไปโดยตรง
ช่องทางการขาย (Sales Channels):
- หน้าร้าน (Walk-in Storefront) จ่ายเงินสด สแกน QR PromptPay หรือรูดบัตรเครดิตผ่านจุดแคชเชียร์ (POS)
- สั่งซื้อผ่านแชท LINE OA / Facebook Page แล้วส่งไรเดอร์หรือพัสดุ

รายได้มีอะไรบ้าง (Revenue Streams):
- รายได้จากการขายปลีกหน้าร้านรายวัน (ออกใบกำกับภาษีอย่างย่อ ABB)
- รายได้จากการขายให้ลูกค้านิติบุคคลบางรายที่มาขอออกใบกำกับภาษีเต็มรูป (Full Tax Invoice)

ต้นทุนและค่าใช้จ่ายมีอะไรบ้าง (Costs & Expenses):
- ต้นทุนสินค้าที่ซื้อมาสต็อกหน้าร้านและหลังร้าน (COGS)
- ค่าเช่าพื้นที่ห้าง/อาคารพาณิชย์ ค่าส่วนกลาง และค่าตกแต่งร้าน (คิดค่าเสื่อมราคา)
- ค่าธรรมเนียมรูดบัตรเครดิต (MDR) และค่าธรรมเนียมรับชำระเงิน
- เงินเดือนพนักงานขายหน้าร้าน (PC) และค่าล่วงเวลา (OT)

ฟีเจอร์ PEAK ที่แนะนำ:
- การออกใบกำกับภาษีอย่างย่อ (ABB) หรือบันทึกรายได้สรุปยอดขายรายวันแยกตามช่องทางรับเงิน (เงินสด / เงินโอน / บัตรเครดิต)
- เชื่อมต่อระบบ POS หน้าบ้านผ่าน Open API / Partner Connect (PRO Plus) หรือนำเข้าข้อมูลด้วย Excel
- Smart Reconciliation (PRO ขึ้นไป): กระทบยอดเงินโอนเข้าบัญชีธนาคารกับยอดขายรายวันด้วย AI
- ระบบหลายคลังสินค้า (แยกคลังหน้าร้านสาขา 1, สาขา 2, และคลังเก็บของกลาง) พร้อมใบโอนย้ายสินค้า
- PEAK Board (PRO Plus): เปรียบเทียบงบกำไรขาดทุนแยกรายสาขาว่าสาขาไหนคุ้มค่าเช่า

คำถามขุด Pain & ข้อควรระวัง: คำถามขุด Pain: 'เวลาปิดกะหน้าร้านแต่ละวัน ต้องมานั่งกระทบยอดเงินโอน QR กับยอดขายใน POS นานไหมครับ?' · ข้อควรระวัง: PEAK ไม่ใช่โปรแกรมหน้าจอแคชเชียร์ POS ที่ต่อลิ้นชักเก็บเงินโดยตรง แต่ทำหน้าที่เป็นระบบบัญชีและคลังสินค้าหลังบ้าน

3. ธุรกิจ E-commerce & ขายออนไลน์หลายช่องทาง (Shopee / Lazada / TikTok)

โมเดล: B2C ปริมาณบิลสูง (High-Volume Online) | แพ็กเกจที่แนะนำ: PRO Plus ⭐ (฿12,000/ปี — บังคับเมื่อต้องเชื่อม Marketplace / API)

ขายอะไร: ขายสินค้าออนไลน์ทุกชนิดผ่านแพลตฟอร์ม Marketplace และ Social Commerce ที่มีจำนวนออเดอร์หลักร้อยถึงหลักพันรายการต่อเดือน

ช่องทางการขาย (Sales Channels):
- Marketplace หลัก: Shopee, Lazada, TikTok Shop
- Social Commerce: Facebook Live/Inbox, Instagram, LINE Shopping (มักใช้ระบบ OMS เช่น ZORT, BentoWeb, XCommerce ช่วยรวมแชท/ออเดอร์)
- เว็บไซต์ของแบรนด์เอง (Shopify / WooCommerce)

รายได้มีอะไรบ้าง (Revenue Streams):
- รายได้จากการขายสินค้าตามยอดคำสั่งซื้อ (Gross Merchandise Value)
- รายได้ค่าจัดส่งที่เรียกเก็บจากผู้ซื้อ (กรณีร้านค้าจัดส่งเอง)

ต้นทุนและค่าใช้จ่ายมีอะไรบ้าง (Costs & Expenses):
- ต้นทุนสินค้าขายตามล็อต (FIFO COGS) และต้นทุนกล่อง/บับเบิ้ลแพ็กของ
- ค่าธรรมเนียมแพลตฟอร์มที่ถูกหักก่อนโอนเงิน (Commission Fee, Transaction Fee, ค่าธรรมเนียมแคมเปญ)
- ค่าโฆษณาออนไลน์ (Shopee Ads, TikTok Ads, Facebook Ads, ค่านายหน้า Affiliate) — ต้องระวังเรื่องภาษีหัก ณ ที่จ่ายและ VAT ต่างประเทศ (ภ.พ.36)
- ค่าขนส่งเอกชน (Flash, Kerry, J&T, ไปรษณีย์ไทย) และค่าจ้างแอดมินตอบแชท/แพ็กของ

ฟีเจอร์ PEAK ที่แนะนำ:
- PEAK Connect เชื่อมต่อ Shopee / Lazada / TikTok Shop และระบบพันธมิตร (ZORT ฯลฯ) บนแพ็กเกจ PRO Plus: ดึงคำสั่งซื้อเข้ามาสร้างเอกสารรายได้และตัดสต็อกใน PEAK อัตโนมัติ
- จัดการค่าธรรมเนียมแพลตฟอร์มและกระทบยอดเงินโอนจริง (Settlement Reconciliation) ด้วย Smart Reconciliation
- Full e-Tax Invoice & e-Receipt (PRO Plus เชื่อม INET/Leceipt): สำหรับร้านค้าออนไลน์ที่ต้องการออกใบกำกับภาษีอิเล็กทรอนิกส์ให้ลูกค้าลดหย่อนภาษี
- PEAK Board (PRO Plus): แยกดูงบกำไรขาดทุนว่าขายช่องทาง Shopee vs TikTok vs LINE ช่องทางไหนหักค่า GP และค่าแอดแล้วเหลือกำไรสุทธิมากกว่ากัน

คำถามขุด Pain & ข้อควรระวัง: คำถามขุด Pain: ‘ทุกวันนี้รู้ไหมครับว่ายอดขายใน Shopee/TikTok พอหักค่าธรรมเนียมแพลตฟอร์มกับค่าแอดแล้ว เหลือกำไรเข้ากระเป๋าจริงๆ กี่เปอร์เซ็นต์?’ · กฎเหล็กห้ามพูดผิด: การเชื่อม Marketplace/ZORT เป็นการดึงออเดอร์เข้า PEAK ทางเดียวเพื่อออกบิลและตัดสต็อกใน PEAK เท่านั้น ไม่ได้ส่งยอดสต็อกกลับไปตัดหน้าร้านออนไลน์

4. ธุรกิจนำเข้าและส่งออกสินค้า (Import / Export Trading)

โมเดล: B2B & B2C (เกี่ยวข้องกับสกุลเงินต่างประเทศและศุลกากร) | แพ็กเกจที่แนะนำ: PRO Plus ⭐ (฿12,000/ปี) หรือ PREMIUM (฿35,000/ปี)

ขายอะไร: นำเข้าสินค้า เครื่องจักร วัตถุดิบ หรือสินค้าสำเร็จรูปจากต่างประเทศ (เช่น จีน ญี่ปุ่น ยุโรป อเมริกา) มาจำหน่ายในไทย หรือส่งออกสินค้าไทยไปขายต่างประเทศ

ช่องทางการขาย (Sales Channels):

- ขายส่งให้ตัวแทนจำหน่ายและโรงงานในไทย (B2B Credit Term)
- ขายปลีกผ่านออนไลน์หรือโชว์รูมตัวเอง (B2C)
- ขายส่งออกให้ผู้ซื้อต่างประเทศ (Export Invoice เป็นสกุลเงิน USD / EUR / CNY / JPY)

รายได้มีอะไรบ้าง (Revenue Streams):

- รายได้ขายสินค้าในประเทศ (VAT 7%)
- รายได้จากการส่งออกสินค้าไปต่างประเทศ (ใช้อัตราภาษีมูลค่าเพิ่ม VAT 0% เมื่อมีใบขนสินค้าขาออกครบถ้วน)
- กำไร/ขาดทุนจากอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ (FX Gain / Loss)

ต้นทุนและค่าใช้จ่ายมีอะไรบ้าง (Costs & Expenses):

- ค่าสินค้าต่างประเทศตาม Invoice ผู้ขาย (FOB / CIF)
- ต้นทุนแฝงในการนำเข้า (Landed Cost): ค่าระวางเรือ/เครื่องบิน (Freight), ค่าประกันภัยขนส่งสินค้า (Insurance), ค่าอากรขาเข้า (Import Duty), ค่าธรรมเนียมชิปปิ้งและท่าเรือ
- ภาษีมูลค่าเพิ่มนำเข้า (Import VAT 7%) ที่จ่ายให้กรมศุลกากรตามใบขนสินค้าขาเข้า (นำมาขอคืนเป็นภาษีซื้อได้)

ฟีเจอร์ PEAK ที่แนะนำ:

- ฟีเจอร์ใบปรับต้นทุนสินค้า (Landed Cost / Cost Adjustment — มีใน Trial / PRO Plus / PREMIUM): ปันส่วนค่าขนส่งชิปปิ้ง ค่าอากร และค่าประกันภัยเข้าสู่ต้นทุนสินค้าแต่ละรายการในล็อตนั้นอย่างแม่นยำ!
- รองรับเอกสารหลายสกุลเงิน (Multi-Currency): ออกบิลหรือบันทึกซื้อเป็นสกุลเงินต่างประเทศพร้อมแปลงเป็นเงินบาทตามอัตราแลกเปลี่ยน
- การบันทึกภาษีซื้อนำเข้าตามใบเสร็จกรมศุลกากรให้วิ่งเข้าแบบ ภ.พ.30 ถูกต้อง
- ระบบสต็อก Perpetual FIFO และหลายคลังสินค้า

คำถามขุด Pain & ข้อควรระวัง: คำถามขุด Pain: ‘เวลานำเข้าของมาล็อตหนึ่ง พี่รวมค่าชิปปิ้ง ค่าระวางเรือ กับค่าประกันภัยเข้าไปในต้นทุนสินค้าแต่ละชิ้นยังไงครับ หรือต้องนั่งทำใน Excel แยกต่างหาก?’ · อัปเดตสำคัญ: ฟีเจอร์ใบปรับต้นทุนสินค้าเปิดให้ใช้ฟรีถึงสิ้นปี 2026 บน PRO Plus / PREMIUM

5. ธุรกิจบริการ B2B (Agency / ที่ปรึกษา / ออกแบบ / รับจัดอีเวนต์ / บำรุงรักษา)

โมเดล: B2B 100% (เน้นโปรเจกต์และสัญญารายเดือน) | แพ็กเกจที่แนะนำ: BASIC (฿5,000/ปี) หรือ PRO Plus ⭐ (฿12,000/ปี เมื่อต้องการดูงบรายโปรเจกต์บน PEAK Board)

ขายอะไร: บริการด้านวิชาชีพ การตลาดดิจิทัล รับทำโฆษณา ออกแบบกราฟิก/ตกแต่ง ที่ปรึกษากฎหมาย/ธุรกิจ รับจัดงานอีเวนต์ หรือบริการดูแลรักษาระบบรายปี (MA)

ช่องทางการขาย (Sales Channels):

- การนำเสนอโครงการ (Pitching / Proposal) และส่งใบเสนอราคา (Quotation)
- ลูกค้ารายเดิมต่อสัญญารายเดือน/รายปี (Retainer / Annual Contract) หรือการแนะนำบอกต่อ (Referral)

รายได้มีอะไรบ้าง (Revenue Streams):
- รายได้ค่าบริการตามงวดงาน (Milestone / Progress Billing — เช่น มัดจำ 40%, ส่งงานงวดกลาง 30%, ส่งมอบงานสุดท้าย 30%)
- รายได้ค่าบริการรายเดือนคงที่ (Monthly Retainer Fee)
- เงินทดรองจ่ายแทนลูกค้าหรือค่า Media Pass-through (กรณีเอเจนซี่รับเงินค่าแอดไปจ่าย Facebook/Google แทนลูกค้า)

ต้นทุนและค่าใช้จ่ายมีอะไรบ้าง (Costs & Expenses):
- เงินเดือนและโบนัสพนักงานผู้เชี่ยวชาญ (ต้นทุนหลักของธุรกิจบริการ)
- ค่าจ้างฟรีแลนซ์ / Outsource / ผู้รับเหมาช่วง (เช่น ช่างภาพ กราฟิก โปรแกรมเมอร์ พิธีกร) — ต้องหักภาษี ณ ที่จ่าย 3% (ภ.ง.ด.3 / ภ.ง.ด.53) ทุกครั้ง!
- ค่าเช่าออฟฟิศ ค่าเดินทางไปพบลูกค้า ค่ารับรอง และค่าซอฟต์แวร์รายเดือน

ฟีเจอร์ PEAK ที่แนะนำ:
- การแยกออก ‘ใบแจ้งหนี้ (Invoice)’ เพื่อเรียกเก็บเงินโดยยังไม่เกิดภาษีขาย แล้วค่อยกดสร้าง ‘ใบเสร็จรับเงิน/ใบกำกับภาษี’ เมื่อลูกค้าโอนเงินจริง (ตามเกณฑ์ Tax Point งานบริการ)
- ระบบคำนวณและบันทึกภาษีหัก ณ ที่จ่าย ทั้งขาที่เราถูกหัก (1% / 3%) และขาที่เราหักฟรีแลนซ์พร้อมพิมพ์ใบ 50 ทวิ และออกไฟล์ .txt ยื่นสรรพากร
- เอกสารสร้างซ้ำอัตโนมัติ (Recurring Document): ตั้งเวลาออกใบแจ้งหนี้ค่าบริการรายเดือน (Retainer) อัตโนมัติ
- PEAK Board (PRO Plus): ติดแท็กชื่อโปรเจกต์หรือชื่อลูกค้า เพื่อดูงบกำไรขาดทุนรายโปรเจกต์ว่างานไหนกำไรจริง งานไหนค่าฟรีแลนซ์บานปลาย

คำถามขุด Pain & ข้อควรระวัง: คำถามขุด Pain: ‘เวลาส่งใบแจ้งหนี้ให้ลูกค้าแต่ลูกค้ายังไม่ได้โอนเงิน เคยเผลอออกใบกำกับภาษีไปก่อนจนต้องควักเงินจ่าย VAT 7% ล่วงหน้าไหมครับ แล้วตอนนี้รู้กำไรแยกแต่ละโปรเจกต์ทันทีไหม?’ · นี่คือท่าไม้ตายปิดการขายกลุ่มธุรกิจบริการ!

6. ธุรกิจพัฒนาซอฟต์แวร์ · IT Solution · และ SaaS (Software House)

โมเดล: B2B เป็นหลัก (Project Development + Subscription) | แพ็กเกจที่แนะนำ: PRO Plus ⭐ (฿12,000/ปี) สำหรับเชื่อม API และดูงบรายโปรเจกต์

ขายอะไร: รับจ้างพัฒนาระบบซอฟต์แวร์ แอปพลิเคชัน เว็บไซต์ จำหน่ายไลเซนส์ซอฟต์แวร์ (SaaS Subscription) หรือวางระบบฮาร์ดแวร์พร้อมซอฟต์แวร์ (System Integrator)

ช่องทางการขาย (Sales Channels):
- ทีมขาย B2B / Pre-sales นำเสนอโซลูชันและออกใบเสนอราคาตามขอบเขตงาน (TOR / Scope of Work)
- ลูกค้าสมัครและชำระค่าสมาชิกรายเดือน/รายปีผ่านหน้าเว็บไซต์ (Self-serve Payment Gateway)

รายได้มีอะไรบ้าง (Revenue Streams):
- รายได้จากการพัฒนาระบบตามงวดการส่งมอบงาน (Milestone Billing)
- รายได้ค่าดูแลระบบหลังการขายรายปี (Maintenance Agreement - MA)
- รายได้ค่าสมาชิกซอฟต์แวร์รายเดือน/รายปี (SaaS Subscription Revenue)

ต้นทุนและค่าใช้จ่ายมีอะไรบ้าง (Costs & Expenses):
- เงินเดือนทีมนักพัฒนา (Developers, UX/UI, QA, Project Manager)
- ค่าจ้าง Outsource Developer เฉพาะกิจ (ติดหัก ณ ที่จ่าย 3%)
- ค่า Cloud Server & Infrastructure (AWS, Google Cloud, Azure, Domain, AI API) ซึ่งมักถูกตัดบัตรเครดิตเป็นสกุลเงิน USD
- ค่าลิขสิทธิ์ซอฟต์แวร์ที่ซื้อมาขายต่อ (Reseller License Cost)

ฟีเจอร์ PEAK ที่แนะนำ:
- Open API & Webhook (PRO Plus / PREMIUM): เชื่อมต่อระบบชำระเงินบนเว็บของลูกค้าให้วิ่งมาสร้างใบเสร็จรับเงิน/ใบกำกับภาษีใน PEAK อัตโนมัติ
- Full e-Tax Invoice & e-Receipt (PRO Plus): ส่งใบกำกับภาษีอิเล็กทรอนิกส์ให้ลูกค้าทางอีเมลอัตโนมัติ

- PEAK Board (PRO Plus): วัดกำไรขาดทุนแยกรายโปรเจกต์พัฒนาซอฟต์แวร์ หรือแยกสายงาน Project vs SaaS
- PEAK Payroll (ไม่จำกัดจำนวนพนักงานใน PRO Plus): คำนวณเงินเดือน ภาษี ภ.ง.ด.1 และประกันสังคมของทีม Dev

คำถามขุด Pain & ข้อควรระวัง: คำถามขุด Pain: 'ลูกค้าที่จ่ายค่าสมาชิกรายเดือนผ่านเว็บ ตอนนี้แอดมินต้องมานั่งคีย์ออกใบกำกับภาษีมือทีละใบไหมครับ หรืออยากเชื่อม API ให้ระบบออกบิลอัตโนมัติเลย?' · ข้อควรระวัง: แจ้งขั้นตอนการขอเปิดใช้งาน Webhook ผ่านอีเมลให้ชัดเจน

7. ธุรกิจคลินิก · ความงาม · ทันตกรรม · สปา · และสถาบันการศึกษา (Service B2C)

โมเดล: B2C (บริการหน้าร้าน + ตัดสต็อกเวชภัณฑ์/อุปกรณ์) | แพ็กเกจที่แนะนำ: PRO (฿9,000/ปี) หรือ PRO Plus ⭐ (฿12,000/ปี กรณีมีหลายสาขา)

ขายอะไร: บริการทางการแพทย์ คลินิกเสริมความงาม คลินิกทันตกรรม คลินิกกายภาพบำบัด สปา ฟิตเนส หรือคอร์สเรียนพิเศษ

ช่องทางการขาย (Sales Channels):
- ลูกค้า Walk-in หรือนัดหมายคิวผ่านแอดมินทาง LINE OA / Facebook Inbox
- การขายคอร์ส/แพ็กเกจล่วงหน้าผ่านทีมที่ปรึกษาความงาม (Sales Consultant) หน้าสาขา

รายได้มีอะไรบ้าง (Revenue Streams):
- รายได้ค่ารักษา/ค่าบริการรายครั้ง และรายได้จากการขายคอร์สระยะยาว
- รายได้จากการจำหน่ายยา เวชสำอาง หรือผลิตภัณฑ์ดูแลตัวเองกลับบ้าน

ต้นทุนและค่าใช้จ่ายมีอะไรบ้าง (Costs & Expenses):
- ต้นทุนยา เวชภัณฑ์ เข็ม โบท็อกซ์ ฟิลเลอร์ และวัสดุสิ้นเปลืองทางการแพทย์ (ต้องคุมสต็อกเข้มงวดเพราะต้นทุนต่อชิ้นสูง)
- ค่ามือแพทย์ / ทันตแพทย์ / ผู้เชี่ยวชาญ (Doctor Fee - DF) และค่าคอมมิชชันเซลล์ขายคอร์ส
- ค่าเช่าพื้นที่สาขาและค่าเสื่อมราคาเครื่องมือแพทย์/เลเซอร์ราคาแพง
- ค่าโฆษณา Facebook / TikTok / Influencer รีวิวคลินิก

ฟีเจอร์ PEAK ที่แนะนำ:
- ระบบสต็อก Perpetual FIFO (PRO ขึ้นไป): คุมการรับเข้าและเบิกใช้ยา/เวชภัณฑ์แต่ละล็อตให้รู้ต้นทุนจริง
- ระบบหลายคลังสินค้า (Multi-Warehouse): แยกคลังยาสาขา 1, สาขา 2 และคลังกลาง พร้อมใบโอนย้ายเวชภัณฑ์ระหว่างสาขา
- PEAK Asset: คำนวณค่าเสื่อมราคาเครื่องเลเซอร์/เครื่องมือแพทย์และอุปกรณ์ตกแต่งคลินิกอัตโนมัติ
- PEAK Board (PRO Plus): ดูงบกำไรขาดทุนแยกรายสาขาหรือแยกประเภทบริการอย่างชัดเจน

คำถามขุด Pain & ข้อควรระวัง: คำถามขุด Pain: 'ตอนนี้คุมสต็อกยาและเวชภัณฑ์แต่ละสาขายังไงครับ แล้วรู้ไหมว่าแต่ละเดือนหักค่ามือหมอ (DF) กับค่ายาแล้ว เหลือกำไรสุทธิสาขาละเท่าไหร่?' · ข้อควรระวัง: PEAK ไม่มีระบบบันทึกประวัติคนไข้ (OPD/EMR) หรือระบบตัดคอร์สคงเหลือรายครั้ง แต่สามารถเชื่อม API กับซอฟต์แวร์คลินิกหน้าบ้านได้

8. ธุรกิจร้านอาหาร · คาเฟ่ · และเบเกอรี่ (Restaurant / Cafe / F&B)

โมเดล: B2C (หน้าร้าน + แพลตฟอร์ม Delivery) | แพ็กเกจที่แนะนำ: PRO (฿9,000/ปี) หรือ PRO Plus ⭐ (฿12,000/ปี สำหรับร้านที่มีหลายสาขา)

ขายอะไร: อาหาร เครื่องดื่ม กาแฟ เบเกอรี่ ทั้งทานที่ร้าน (Dine-in) ซื้อกลับบ้าน (Takeaway) และสั่งผ่านแอปฟู้ดเดลิเวอรี

ช่องทางการขาย (Sales Channels):
- หน้าร้านผ่านระบบ POS ร้านอาหาร (เช่น Wongnai POS, Ocha, StoreHub, SilomPOS)
- แอปพลิเคชัน Food Delivery: GrabFood, LINE MAN, ShopeeFood, Robinhood
- รับจัดเลี้ยงนอกสถานที่หรือสั่งทำข้าวกล่องสำหรับองค์กร (Catering B2B)

รายได้มีอะไรบ้าง (Revenue Streams):
- รายได้ขายอาหารและเครื่องดื่มหน้าร้านรายวัน (เงินสด / QR PromptPay / บัตรเครดิต)
- รายได้จากแอป Delivery (ยอดขายหักค่า GP แพลตฟอร์มแล้วโอนเข้าบัญชีธนาคาร)
- รายได้จากการรับเหมาจัดเลี้ยงบริษัท (ต้องออกใบแจ้งหนี้/ใบกำกับภาษีเต็มรูปและถูกหัก WHT 3%)

ต้นทุนและค่าใช้จ่ายมีอะไรบ้าง (Costs & Expenses):
- ต้นทุนวัตถุดิบอาหารสด เนื้อสัตว์ ผัก นม เมล็ดกาแฟ และบรรจุภัณฑ์ (Food & Packaging Cost)
- ค่าธรรมเนียม GP ของแอป Delivery (มักสูงถึง 25–35% ของยอดขาย)
- ค่าเช่าร้าน ค่าน้ำ-ค่าไฟ-ค่าแก๊ส และค่าเสื่อมราคาเครื่องชงกาแฟ/อุปกรณ์ครัว
- ค่าแรงพนักงานประจำและพนักงานพาร์ทไทม์รายชั่วโมง

ฟีเจอร์ PEAK ที่แนะนำ:
- บันทึกรายได้สรุปรายวันจากรายงานปิดกะ POS และแยกบันทึกค่า GP ของแต่ละแอป Delivery เพื่อให้เห็นต้นทุนช่องทางขายจริง
- Smart Reconciliation (PRO ขึ้นไป): กระทบยอดเงินโอนจาก Grab/Lineman และ QR เข้าบัญชีธนาคาร
- บันทึกค่าใช้จ่ายซื้อวัตถุดิบสด (มีทั้งบิลที่มี VAT และบิลตลาดสดที่ไม่มีใบกำกับภาษี — ออกใบรับรองแทนใบเสร็จได้)
- PEAK Board (PRO Plus): ดูงบกำไรขาดทุนแยกรายสาขา หรือแยกหน้าร้าน vs จัดเลี้ยง

คำถามขุด Pain & ข้อควรระวัง: คำถามขุด Pain: 'เวลาขายผ่าน Grab กับหน้าร้าน ตอนสิ้นเดือนพี่แยกออกไหมครับว่าหักค่า GP แอปกับค่าวัตถุดิบแล้ว เหลือกำไรจริงๆ กี่บาท?' · ข้อควรระวังสำคัญ: ต้องแจ้งลูกค้าตรงๆ ว่า PEAK ไม่มีระบบผูกสูตรอาหาร (Recipe / BOM) เพื่อตัดสต็อกพริก/กระเทียม/นมเป็นกรัมอัตโนมัติจากการขายหน้าร้าน

9. ธุรกิจรับเหมาก่อสร้าง · ตกแต่งภายใน · และติดตั้งระบบวิศวกรรม (Construction / EPC)

โมเดล: B2B & B2C โครงการ (Project-Based / Progress Billing) | แพ็กเกจที่แนะนำ: PRO Plus ⭐ (฿12,000/ปี) หรือ PREMIUM (฿35,000/ปี เมื่อต้องคุมใบขอซื้อ PR→PO)

ขายอะไร: รับเหมาก่อสร้างอาคาร บ้าน โรงงาน ตกแต่งภายใน (Interior Turnkey) ติดตั้งระบบไฟฟ้า/แอร์/โซลาร์เซลล์

ช่องทางการขาย (Sales Channels):
- การยื่นประมูลงาน (Bidding) และเสนอราคาตามใบแจ้งปริมาณงานและราคา (BOQ)
- การรับงานผ่านเครือข่ายสถาปนิก วิศวกร หรือผู้พัฒนาอสังหาริมทรัพย์

รายได้มีอะไรบ้าง (Revenue Streams):
- รายได้ตามงวดงานก่อสร้าง (Progress Billing — แบ่งเก็บเป็นงวดที่ 1, 2, 3... ตามความคืบหน้าของงาน)
- รายได้งานเพิ่ม-ลดนอกสัญญาเดิม (Variation Order - VO)
- เงินประกันผลงาน (Retention Money 5–10%) ที่ผู้ว่าจ้างหักไว้และจะคืนเมื่อครบระยะเวลารับประกันงาน

ต้นทุนและค่าใช้จ่ายมีอะไรบ้าง (Costs & Expenses):
- ค่าวัสดุก่อสร้าง (เหล็ก ปูน สายไฟ โซลาร์เซลล์ อุปกรณ์ตกแต่ง) ที่สั่งซื้อส่งเข้าแต่ละไซต์งาน
- ค่าจ้างผู้รับเหมาช่วง (Subcontractor) และค่าแรงช่างรายวัน (ติดหัก ณ ที่จ่าย 3%)
- ค่าเช่าเครื่องจักร/นั่งร้าน ค่าเสื่อมราคาเครื่องมือช่าง และค่าน้ำมันเดินทางไปไซต์งาน

ฟีเจอร์ PEAK ที่แนะนำ:
- ระบบควบคุมการจัดซื้อ PR → PO → GR → IR บนแพ็กเกจ PREMIUM: วิศวกรหน้าไซต์เปิดใบขอซื้อวัสดุ (PR) → ฝ่ายจัดซื้อออกใบสั่งซื้อ (PO) รออนุมัติ → หน้าไซต์กดรับของ (GR) → บัญชีตั้งหนี้จ่ายเงิน (IR) ป้องกันการสั่งของเกินงบ!
- PEAK Board (PRO Plus / PREMIUM): ติดแท็กชื่อไซต์งาน/โครงการในทุกบิลซื้อวัสดุและบิลรับเงิน เพื่อดูงบกำไรขาดทุนแยกรายไซต์งานแบบ Real-time
- การจัดการภาษีหัก ณ ที่จ่าย 3% ของผู้รับเหมาช่วงและการติดตามลูกหนี้รายงวด

คำถามขุด Pain & ข้อควรระวัง: คำถามขุด Pain: 'เวลารับงานพร้อมกัน 4–5 ไซต์งาน พี่รู้ทันไหมครับว่าไซต์ไหนสั่งซื้อของเกินงบไปแล้ว หรือต้องรอจนจบงานถึงรู้ว่ากำไรหรือเข้าเนื้อ?' · ข้อควรระวัง: PEAK ไม่ได้คำนวณตาราง BOQ เชิง

วิศวกรรมหรือคำนวณรับรู้รายได้ตาม % งานเสร็จ (POC) อัตโนมัติ แต่ใช้การติดแท็กโครงการบน PEAK Board เพื่อคุมงบรายไซต์งาน

10. ธุรกิจขนส่งและโลจิสติกส์ (Logistics / Trucking / Fleet)

โมเดล: B2B เป็นหลัก (สัญญารายเดือน / วิ่งงานรายเที่ยว) | แพ็กเกจที่แนะนำ: PRO Plus ⭐ (฿12,000/ปี — เพื่อดูงบแยกรายคันรถ/สายวิ่งบน PEAK Board)

ขายอะไร: บริการรถขนส่งสินค้า (รถกระบะตู้ทึบ รถ 6 ล้อ รถ 10 ล้อ รถหัวลากตู้คอนเทนเนอร์) ให้แก่โรงงานและบริษัทค้าส่ง

ช่องทางการขาย (Sales Channels):
- ทำสัญญาขนส่งระยะยาวกับโรงงานหรือศูนย์กระจายสินค้า (Contract Logistics)
- รับงานวิ่งรายเที่ยวผ่านนายหน้าขนส่งหรือแพลตฟอร์มจองรถ

รายได้มีอะไรบ้าง (Revenue Streams):
- รายได้ค่าบริการขนส่งสินค้า (หมายเหตุทางภาษีสำคัญ: กิจการขนส่งในประเทศได้รับยกเว้นภาษีมูลค่าเพิ่ม VAT แต่เวลาวางบิลเก็บเงินลูกค้า B2B จะถูกหักภาษี ณ ที่จ่าย 1%)
- รายได้ค่าบริการเสริม เช่น ค่าคนยกของ ค่าฝากสินค้าชั่วคราว (ส่วนที่ไม่ใช่ขนส่งโดยตรงอาจมีภาระ VAT และหัก ณ ที่จ่าย 3%)

ต้นทุนและค่าใช้จ่ายมีอะไรบ้าง (Costs & Expenses):
- ค่าน้ำมันเชื้อเพลิง (ต้นทุนใหญ่ที่สุดของธุรกิจขนส่ง) ค่าทางด่วน และค่าจอดรถ
- ค่าจ้างและเบี้ยเลี้ยงคนขับรถรายเที่ยว / เงินเดือนคนขับ
- ค่าจ้างรถร่วมบริการ (Outsource Fleet — เราต้องหัก ณ ที่จ่ายเขา 1%)
- ค่ายางรถยนต์ ค่าซ่อมบำรุง ประกันภัยรถ และค่าเสื่อมราคารถบรรทุก

ฟีเจอร์ PEAK ที่แนะนำ:
- ใบวางบิลรวมหลายเที่ยววิ่ง (Billing Note): รวบรวมใบส่งของรายเที่ยวตลอดทั้งเดือนมาออกใบวางบิลใบเดียวให้ลูกค้าโรงงาน
- PEAK Board (PRO Plus): ติดแท็ก ‘ทะเบียนรถ’ ในทุกบิลรายได้ค่าขนส่งและบิลค่าน้ำมัน/ซ่อมรถ ทำให้เจ้าของเห็นทันทีว่ารถคันไหนทำกำไร รถคันไหนซ่อมบ่อยจนขาดทุน!
- PEAK Asset: คำนวณค่าเสื่อมราคารถบรรทุกแต่ละคันอัตโนมัติ
- บันทึกภาษีหัก ณ ที่จ่าย 1% ทั้งขาถูกหักและขาหักรถร่วม

คำถามขุด Pain & ข้อควรระวัง: คำถามขุด Pain: ‘ตอนนี้มีรถวิ่งอยู่กี่คันครับ แล้วแต่ละเดือนพี่รู้ไหมว่ารถทะเบียนไหนทำกำไรสุทธิหลังหักค่าน้ำมันกับค่าซ่อมได้มากที่สุด?’

11. ธุรกิจให้เช่าพื้นที่ · อสังหาริมทรัพย์ · และให้เช่าอุปกรณ์ (Rental / Leasing)

โมเดล: B2B & B2C (รายได้ประจำรายเดือน Recurring) | แพ็กเกจที่แนะนำ: BASIC (฿5,000/ปี) หรือ PRO Plus ⭐ (฿12,000/ปี กรณีมีหลายอาคาร/โครงการ)

ขายอะไร: ให้เช่าพื้นที่สำนักงาน โกดัง ตลาดนัด อาคารพาณิชย์ หอพัก หรือให้เช่าเครื่องจักร/เครื่องถ่ายเอกสาร/อุปกรณ์จัดงาน

ช่องทางการขาย (Sales Channels):
- ทำสัญญาเช่าระยะยาว (รายเดือน / รายปี) ผ่านทีมดูแลพื้นที่หรือนายหน้าอสังหาฯ
- การค้นหาผ่านเว็บไซต์ประกาศเช่าและป้ายหน้าโครงการ

รายได้มีอะไรบ้าง (Revenue Streams):
- รายได้ค่าเช่าพื้นที่หรือค่าเช่าอุปกรณ์รายเดือน (ถูกหัก ณ ที่จ่าย 5% กรณีผู้เช่าเป็นนิติบุคคล)
- รายได้ค่าบริการส่วนกลาง ค่าน้ำ ค่าไฟ ที่เรียกเก็บตามมิเตอร์

- เงินประกันสัญญาเช่าและเงินมัดจำล่วงหน้า (บันทึกเป็นหนี้สินเงินรับล่วงหน้า)

ต้นทุนและค่าใช้จ่ายมีอะไรบ้าง (Costs & Expenses):
- ค่าเสื่อมราคาอาคารสิ่งปลูกสร้างและอุปกรณ์ที่ให้เช่า
- ค่าน้ำ-ค่าไฟส่วนกลาง ค่าจ้าง รปภ. แม่บ้าน และค่าซ่อมบำรุงอาคาร
- ภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง และดอกเบี้ยเงินกู้ธนาคารเพื่อสร้างโครงการ

ฟีเจอร์ PEAK ที่แนะนำ:
- เอกสารสร้างซ้ำอัตโนมัติ (Recurring Invoice): ตั้งเวลาให้ระบบสร้างใบแจ้งหนี้ค่าเช่ารายเดือนให้ผู้เช่าทุกรายอัตโนมัติ
- รายงานอายุลูกหนี้ (AR Aging): ตรวจสอบทันทีว่าห้องไหนหรือผู้เช่ารายไหนค้างชำระค่าเช่า
- PEAK Asset: บริหารทะเบียนสินทรัพย์อาคารและอุปกรณ์ให้เช่าพร้อมคิดค่าเสื่อมราคา
- PEAK Board (PRO Plus): แยกดูงบกำไรขาดทุนรายอาคาร รายโซน หรือรายประเภทอุปกรณ์เช่า

คำถามขุด Pain & ข้อควรระวัง: คำถามขุด Pain: ‘ทุกต้นเดือนแอดมินต้องมานั่งพิมพ์ใบแจ้งหนี้ค่าเช่าให้ผู้เช่าทีละห้องใหม่ทุกเดือนไหมครับ ใช้เวลากี่วันถึงส่งครบ?’

12. ธุรกิจโรงงานผลิต vs ธุรกิจประกอบ/แพ็กสินค้าอย่างง่าย (Manufacturing vs Light Assembly)

โมเดล: B2B (ต้องคัดกรองความซับซ้อนของสายการผลิตเป็นอันดับแรก!) | แพ็กเกจที่แนะนำ: PRO / PRO Plus (เฉพาะประกอบง่ายๆ) หรือ 🛑 Qualify-Out (ถ้าเป็นโรงงาน BOM ซับซ้อน)

ขายอะไร: แปรรูปวัตถุดิบเป็นสินค้าสำเร็จรูป หรือนำชิ้นส่วนมาประกอบ/บรรจุหีบห่อเพื่อจำหน่ายภายใต้แบรนด์ตนเองหรือรับจ้างผลิต (OEM)

ช่องทางการขาย (Sales Channels):
- ขายส่งให้ยี่ปั๊ว ตัวแทนจำหน่าย หรือโมเดิร์นเทรด (B2B)
- รับจ้างผลิตตามคำสั่งซื้อของเจ้าของแบรนด์ (OEM Contract)

รายได้มีอะไรบ้าง (Revenue Streams):
- รายได้จากการขายสินค้าสำเร็จรูป (Finished Goods)
- รายได้จากการรับจ้างผลิตหรือบรรจุหีบห่อ

ต้นทุนและค่าใช้จ่ายมีอะไรบ้าง (Costs & Expenses):
- ต้นทุนวัตถุดิบทางตรง (Direct Materials) และบรรจุภัณฑ์
- ค่าแรงงานทางตรงในสายการผลิต (Direct Labor)
- ค่าใช้จ่ายในการผลิต (Manufacturing Overhead — ค่าไฟโรงงาน, ค่าเสื่อมราคาเครื่องจักร, วัสดุสิ้นเปลือง)

ฟีเจอร์ PEAK ที่แนะนำ:
- กรณีเป็น ‘การประกอบหรือแพ็กสินค้าอย่างง่าย (Light Assembly / Repackaging)’ ที่ไม่ต้องผูกสูตร BOM อัตโนมัติ : สามารถใช้การปรับปรุงเบิกวัตถุดิบออกและรับสินค้าสำเร็จรูปเข้าคลังในแพ็กเกจ PRO / PRO Plus ได้
- 🛑 กรณีเป็น ‘โรงงานผลิตเต็มรูปแบบ (Full Manufacturing)’ ที่ต้องการผูกสูตรการผลิตหลายลำดับขั้น (Multi-level BOM), คำนวณต้นทุนงานระหว่างทำ (WIP), และคุมเปอร์เซ็นต์ของเสีย (Scrap/Yield) อัตโนมัติ: ต้อง Qualify-Out อย่างสุภาพทันที เพราะ PEAK ไม่ใช่ระบบ MRP/ERP โรงงาน

คำถามขุด Pain & ข้อควรระวัง: คำถามคัดกรองบังคับ: ‘อยากให้ทางโรงงานเล่าขั้นตอนการตัดสต็อกนิดนึงครับ ว่าต้องการให้ระบบผูกสูตร BOM คำนวณต้นทุนงานระหว่างทำ (WIP) อัตโนมัติเลย หรือแค่รับวัตถุดิบเข้าแล้วปรับยอดเป็นสินค้าสำเร็จรูปตอนผลิตเสร็จครับ?’

13. ธุรกิจสำนักงานบัญชี (Accounting Firm Partner / AFP)

โมเดล: B2B Partner Ecosystem (ดูแลลูกค้า SME หลายบริษัท) | แพ็กเกจที่แนะนำ: โปรแกรมพันธมิตรสำนักงานบัญชี (AFP) + แนะนำแพ็กเกจให้ลูกค้า SME ตามขนาดธุรกิจ

ขายอะไร: บริการรับทำบัญชีรายเดือน ยื่นภาษีรายเดือน (ภ.พ.30, ภ.ง.ด.1/3/53) ยื่นประกันสังคม และปิดงบการเงินประจำปีส่งกรมพัฒนาธุรกิจการค้าและสรรพากร

ช่องทางการขาย (Sales Channels):

- การแนะนำบอกต่อจากลูกค้าเดิม และเครือข่ายพันธมิตร (รวมถึงการรับเคสจับคู่จาก PEAK Matching Service)
- การตลาดออนไลน์ของสำนักงานบัญชีเอง

รายได้มีอะไรบ้าง (Revenue Streams):

- รายได้ค่าบริการทำบัญชีและยื่นภาษีรายเดือน (Monthly Accounting Retainer)
- รายได้ค่าปิดงบการเงินและค่าสอบบัญชีประจำปี
- รายได้ค่าบริการจดทะเบียนจัดตั้งบริษัท เปลี่ยนแปลงกรรมการ หรือที่ปรึกษาภาษี

ต้นทุนและค่าใช้จ่ายมีอะไรบ้าง (Costs & Expenses):

- เงินเดือนนักบัญชีประจำสำนักงาน (ต้นทุนหลักเกือบ 70% ของสำนักงานบัญชี)
- ค่าลิขสิทธิ์ซอฟต์แวร์บัญชี ค่าอินเทอร์เน็ต และค่าเช่าสำนักงาน
- ค่าเดินทางไปยื่นเอกสารหรือค่าแมสเซ็นเจอร์รับ-ส่งแฟ้มเอกสารจากลูกค้า

ฟีเจอร์ PEAK ที่แนะนำ:

- การทำงานบนฐานข้อมูลเดียวกันกับลูกค้า SME: ให้ลูกค้าออกบิลหน้าบ้านใน PEAK แล้วนักบัญชีเข้ามาตรวจและปิดงบต่อได้ทันที ไม่ต้องคีย์เอกสารใหม่ตั้งแต่ศูนย์
- ระบบจัดการหลายกิจการสำหรับสำนักงานบัญชี พร้อมการดึงข้อมูลเข้า PEAK Tax เพื่อสรุป ภ.พ.30 และออกไฟล์ .txt ยื่น ภ.ง.ด. ได้รวดเร็ว
- การเข้าร่วมเครือข่ายพันธมิตรของ PEAK (2,800 แห่ง) เพื่อรับการส่งต่อลูกค้า SME จากห้อง #match-afp-sme-parc

คำถามขุด Pain & ข้อควรระวัง: คำถามขุด Pain: ‘ตอนนี้พี่นักบัญชี 1 คนในสำนักงาน ดูแลลูกค้าได้เฉลี่ยกี่บริษัทครับ แล้วเสียเวลากับการนั่งคีย์บิลกระดาษของลูกค้าใหม่กี่เปอร์เซ็นต์ของเวลางานทั้งหมด?’

ส่วนที่ 3: เนื้อหาสไลด์อบรมหลักทั้ง 12 บทเรียน (37 สไลด์)

Slide 1/37 · บทที่ 1: รู้จักองค์กร ประวัติ และพันธกิจ PEAK

รู้จัก PUUN Intelligent & PEAK Account

ทำไมต้องแยกชื่อนิติบุคคลกับชื่อแบรนด์ และจุดยืนของเราในตลาด Cloud Accounting ไทย

🏢 นิติบุคคล vs แบรนด์ผลิตภัณฑ์

- ชื่อนิติบุคคล (ใช้ในสัญญา/ใบกำกับภาษี/NDA): บริษัท พี ยู ยู เอ็น อินเทลลิเจนท์ จำกัด (PUUN Intelligent Co., Ltd.)
- ชื่อผลิตภัณฑ์และแบรนด์หลัก: PEAK (เดิมชื่อ PEAK Engine)
- ก่อตั้งเมื่อปี พ.ศ. 2557 (ค.ศ. 2014) โดยผู้ร่วมก่อตั้งที่มีพื้นฐานเป็นนักบัญชีและผู้บริหารธุรกิจตัวจริง
- วิสัยทัศน์: สร้างโครงสร้างพื้นฐานทางการเงินและบัญชีดิจิทัลให้ SME ไทยเติบโตอย่างยั่งยืน

📈 ตัวเลขความน่าเชื่อถือที่คุณใช้เปิดสายได้ทันที

- ธุรกิจที่ไว้วางใจใช้งานบนระบบ: มากกว่า 40,000+ กิจการทั่วประเทศ
- เครือข่ายสำนักงานบัญชีพันธมิตร (Accounting Firm Partners): 2,800 แห่ง
- สำนักงานใหญ่อยู่ที่: อาคาร True Digital Park (สุขุมวิท 101 กรุงเทพฯ)
- จุดแข็งสำคัญ: เป็นตัวกลางที่เชื่อม ‘เจ้าของธุรกิจ’ กับ ‘นักบัญชี/สำนักงานบัญชี’ ให้ทำงานบนฐานข้อมูลเดียวกันแบบ Real-time

🎯 Key Takeaway: เวลาคุยเรื่องสัญญา ใบเสนอราคา หรือหนังสือรับรอง ให้ใช้ชื่อ ‘บริษัท พี ยู ยู เอ็น อินเทลลิเจนท์ จำกัด’ แต่เวลาขายคุณค่าของระบบ ให้ใช้แบรนด์ ‘PEAK’

Slide 2/37 · บทที่ 1: รู้จักองค์กร ประวัติ และพันธกิจ PEAK

เส้นทางการเติบโต & มาตรฐานความปลอดภัยระดับสากล

ตอบคำถามลูกค้าที่กังวลเรื่อง ‘ข้อมูลรั่วไหล’ หรือ ‘ระบบ Cloud จะปลอดภัยไหม’

🛡️ มาตรฐานความปลอดภัยและโครงสร้างพื้นฐาน

- ISO/IEC 29110: มาตรฐานการบริหารจัดการและพัฒนาซอฟต์แวร์ระดับสากล
- ISO/IEC 27001: มาตรฐานระบบการจัดการความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศ (Information Security)
- Microsoft Azure Cloud: ข้อมูลจัดเก็บบน Cloud ระดับโลก มีการสำรองข้อมูล (Backup) อัตโนมัติและเข้ารหัสมาตรฐานธนาคาร
- เชื่อมต่อกรมสรรพากร (RD): เป็นผู้ให้บริการที่เชื่อมต่อระบบ e-Tax Invoice by Time Stamp และทำงานร่วมกับผู้ให้บริการระดับ Advanced (INET / Leceipt)

🚫 ข้อห้ามเด็ดขาดเวลาตอบเรื่อง Security / SLA

- ห้ามรับปากตัวเลข Uptime SLA เอง (เช่น ห้ามพูดว่า ‘การันตี 99.99% ไม่เคยล่ม’)
- ห้ามส่งไฟล์ Diagram โครงสร้าง Server ภายในโดยไม่ผ่านทีม Security/Pre-sales
- หากลูกค้าองค์กรขอเอกสารรับรอง ISO 27001 หรือ PDPA Policy ให้แจ้งผ่านช่องทางมาตรฐานของทีมขาย

🎯 Key Takeaway: PEAK ไม่ใช่แค่เว็บเปิดบิลทั่วไป แต่เป็นระบบบัญชี Cloud ที่ผ่านมาตรฐาน ISO/IEC 27001 และ ISO/IEC 29110 บน Microsoft Azure

Slide 3/37 · บทที่ 1: รู้จักองค์กร ประวัติ และพันธกิจ PEAK

ระบบนิเวศของ PEAK (The PEAK Ecosystem)

ทำไมสำนักงานบัญชี 2,800 แห่งถึงเป็นอาวุธลับที่คู่แข่งเลียนแบบได้ยาก

🤝 โมเดล 3 ประสาน: เจ้าของธุรกิจ ↔ ระบบ PEAK ↔ สำนักงานบัญชี

- ปัญหาเดิมของ SME: เจ้าของเปิดบิลใน Excel/กระดาษ สิ้นเดือนส่งแฟ้มเอกสารไปให้สำนักงานบัญชีคีย์ซ้ำ กว่าจะเห็นงบปาเข้าไปวันที่ 20 ของเดือนถัดไป

- วิธีของ PEAK: เจ้าของและแอดมินออกเอกสารหน้าบ้าน → ระบบลงบัญชี Dr/Cr อัตโนมัติ → สำนักงานบัญชีเข้ามาตรวจทานและปิดงบ/ยื่นภาษีบนฐานข้อมูลเดียวกันทันที
- บริการจับคู่สำนักงานบัญชี (Matching Service): ถ้าลูกค้ายังไม่มีสำนักงานบัญชี หรืออยากเปลี่ยนเจ้า เราช่วยแนะนำพันธมิตรที่เชี่ยวชาญธุรกิจนั้นได้

💡 **ประโยชน์ที่ทีมขายใช้ปิดการขายได้ทันที**
- กรณีที่ 1 (ลูกค้าใช้สำนักงานบัญชีในเครือข่าย PEAK อยู่แล้ว): เชื่อมต่อกันได้ทันที ไม่ต้องส่งเอกสารกระดาษซ้ำซ้อน
- กรณีที่ 2 (ลูกค้ามีนักบัญชีในบริษัท): นักบัญชีไม่ต้องนั่งคีย์ขาบัญชีทีละใบ ลดงานซ้ำซ้อนได้เกิน 50–70%
- กรณีที่ 3 (ธุรกิจเพิ่งจดบริษัทใหม่): ใช้ PEAK ตั้งแต่วันแรก พร้อมให้เราช่วยหาสำนักงานบัญชีพันธมิตรดูแลต่อเนื่อง

🎯 **Key Takeaway: เราไม่ได้ขายแค่ซอฟต์แวร์โดดๆ แต่ขายความเชื่อมโยงไร้รอยต่อระหว่าง 'คนทำธุรกิจหน้าบ้าน' กับ 'นักบัญชีหลังบ้าน'**

Slide 4/37 · บทที่ 1: รู้จักองค์กร ประวัติ และพันธกิจ PEAK

บทบาทของ SDR vs Sales (AE / Software Consultant)

เข้าใจหน้าที่ของตัวเองและจุดส่งไม้ต่อ (Handoff) เพื่อทำงานเป็นทีมเดียวกัน

🔵 **หน้าที่หลักของ SDR (Sales Development Representative)**
- ติดต่อลูกค้าที่ลงทะเบียนทดลองใช้ (Inbound Trial) หรือลีดจากแคมเปญอย่างรวดเร็ว
- วิเคราะห์เบื้องต้นว่าลูกค้าทำธุรกิจอะไร ใครเป็นคนตัดสินใจ และมีอาการปวดหัว (Pain Point) เรื่องไหน
- คัดกรองเคสที่ไม่ใช่กลุ่มเป้าหมายออก (Hard Qualify-Out) เพื่อไม่ให้ทีมเสียเวลา
- สร้างความตื่นเต้นและนัดหมายตาราง Demo ให้ Sales พร้อมล็อก '3 อย่างก่อนวางสาย'

🟢 **หน้าที่หลักของ Sales (AE / Software Consultant)**
- รับไม้ต่อจากบันทึกของ SDR โดยไม่ถามคำถามเดิมซ้ำให้ลูกค้ารำคาญ
- ขุดลึกขั้นตอนการทำงานจริง (Discovery 11–14 ข้อ) เพื่อออกแบบ Workflow ที่ตรงธุรกิจลูกค้า
- ทำ Tailored Demo โชว์เฉพาะจุดที่แก้ Pain ของลูกค้า และเชื่อมโยง Feature → Benefit → Value
- จัดแพ็กเกจและบริการเสริม (PARC Onboarding / Consulting) ที่คุ้มค่าและปิดการขาย

🎯 **Key Takeaway: SDR ที่เก่งคือคนที่คัดกรองแม่นและส่งต่อข้อมูลครบถ้วน · Sales ที่เก่งคือที่ปรึกษาที่ออกแบบระบบให้แก้ปัญหาธุรกิจลูกค้าได้จริง**

Slide 5/37 · บทที่ 2: กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย (5 Segments & 6 Personas)

5 กลุ่มธุรกิจ SME ไทย (5 Customer Segments)

เมื่อเห็นชื่อบริษัทหรือคุย 2 นาทีแรก ต้องจัดกลุ่มลูกค้าเข้า 1 ใน 5 Segment นี้ให้ได้

📊 **Segment 1–3: กลุ่มเริ่มต้นถึงกำลังเติบโต**
- 1. Micro / Early Stage (เพิ่งจดบริษัท / รายได้ < 5 ล้าน): เจ้าของทำเองทุกอย่าง ยังใช้ Excel/Word ออกบิล กลัวเรื่องภาษีผิด → เหมาะกับ e-Document / BASIC
- 2. Growing Trading & Online (ซื้อมาขายไป / E-commerce รายได้ 5–50 ล้าน): บิลเยอะ สต็อกไม่ตรง ขายหลายช่องทาง กระทบยอดโอนไม่ไหว → เหมาะกับ PRO / PRO Plus
- 3. Service & Project B2B (บริการ / เอเจนซี่ / ที่ปรึกษา / รับเหมาช่วง): เก็บเงินตามงวดงาน ถูกหัก ณ ที่จ่าย (WHT) เยอะ อยากรู้กำไรรายโปรเจกต์ → เหมาะกับ BASIC / PRO Plus

🏢 **Segment 4–5: กลุ่มโครงสร้างซับซ้อนและสำนักงานบัญชี**
- 4. Mid-Market Multi-Team SME (รายได้ 50–300+ ล้าน / พนักงาน 15–100 คน): มีฝ่ายจัดซื้อ (PR→PO→GR→IR) แยกสิทธิ์อนุมัติหลายชั้น มีคลังสินค้าหลายแห่ง → เหมาะกับ PRO Plus / PREMIUM
- 5. Accounting Firm (สำนักงานบัญชี): ดูแลลูกค้า SME หลายสิบถึงหลายร้อยราย ต้องการลดเวลาคีย์เอกสารซ้ำซ้อนและปิดงบให้ไวขึ้น → โมเดล Partner / AFP

🎯 **Key Takeaway: การจัด Segment ตั้งแต่ต้นสายช่วยให้เรารู้ทันทีว่าควรเปิดประเด็นเรื่องอะไร และเล็งแพ็กเกจไหนไว้ในใจ**

Slide 6/37 · บทที่ 2: กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย (5 Segments & 6 Personas)

6 บทบาทผู้ซื้อ (6 Buyer Personas) — คุยกับใคร ต้องพูดภาษาคนนั้น

ฟีเจอร์เดียวกัน ถ้าพูดกับเจ้าของบริษัทต้องพูดเรื่อง 'กำไรและการควบคุม' ถ้าพูดกับบัญชีต้องพูดเรื่อง 'ลดงานซ้ำซ้อนและถูกต้องตามสรรพากร'

👔 กลุ่มผู้บริหารและผู้ตัดสินใจ (Decision Makers)

1. CEO / เจ้าของกิจการ SME: สนใจยอดขายจริง เงินสดคงเหลือ กำไรรายช่องทาง/โปรเจกต์ และความคุ้มค่า (ไม่อยากฟังศัพท์เดบิต/เครดิตลึกๆ)
2. CFO / Finance Manager: สนใจกระแสเงินสด (Cash Flow), การควบคุมงบจัดซื้อ (PR/PO Approval), การเปรียบเทียบงบ และการป้องกันการทุจริต
3. เจ้าของสำนักงานบัญชี (Accounting Firm Owner): สนใจว่าลูกค้านำส่งเอกสารทันเวลาไหม พนักงานบัญชีคนหนึ่งดูแลลูกค้าได้กี่บริษัท

👩‍💻 กลุ่มผู้ใช้งานจริงและผู้มีอิทธิพล (Users & Influencers)

4. สมุห์บัญชี / นักบัญชีภายใน (In-house Accountant): สนใจผังบัญชี การลง Dr/Cr อัตโนมัติ รายงานภาษีซื้อ-ขาย ภ.พ.30 และ ภ.ง.ด. ที่ไม่ต้องแก้ซ้ำ
5. แอดมินเปิดบิล / เซลล์ประสานงาน (Admin / Sales Ops): สนใจว่าออกบิลไวไหม คัดลอกเอกสารเดิมได้ไหม ไม่ต้องคีย์ซ้ำหลายรอบ
6. IT / System Integrator (CTO / Dev): สนใจ Open API, Webhook, ความปลอดภัย ISO 27001 และการเชื่อมระบบ POS/ERP เดิม

🎯 **Key Takeaway: ก่อนเริ่มอธิบายฟีเจอร์ ต้องรู้เสมอว่าปลายสายถือหมวกใบไหนใน 6 Personas นี้**

Slide 7/37 · บทที่ 3: วิเคราะห์โมเดลธุรกิจ 13 ประเภท & การจับคู่ฟีเจอร์

โครงสร้างการวิเคราะห์ธุรกิจลูกค้า 5 มิติ (Industry Analysis Framework)

เมื่อลูกค้าบอกว่าทำธุรกิจอะไร เราต้องเห็นภาพ 5 มิตินี้ในหัวทันทีเพื่อแนะนำฟีเจอร์ได้ตรงจุด

🔍 5 คำถามแกะรอยโมเดลธุรกิจลูกค้า

1. ขายอะไร & โมเดลไหน (B2B vs B2C): ขายสินค้าจับต้องได้ (Goods) หรือขายบริการ (Services)? ลูกค้าเป็นนิติบุคคล (B2B มีเครดิต/หัก ณ ที่จ่าย) หรือบุคคลธรรมดา (B2C เงินสด/โอน/แพลตฟอร์ม)?
2. ช่องทางการขาย (Sales Channels): ขายผ่านทีมเซลล์ออกใบเสนอราคา, หน้าร้าน POS, Shopee/Lazada/TikTok, LINE OA, หรือประมูลโครงการ?
3. โครงสร้างรายได้ (Revenue Streams): รายได้หลักมาจากไหน? ขายขาด, เก็บตามงวดงาน (Milestone), รายเดือน (Retainer/Subscription), หรือมีรายได้ค่าขนส่ง/ค่าติดตั้งพ่วงด้วย?

💰 ต้นทุน ค่าใช้จ่าย และการจับคู่ฟีเจอร์ PEAK

4. โครงสร้างต้นทุนและค่าใช้จ่าย (Costs & Expenses): ต้นทุนสินค้าขาย (COGS), ค่าขนส่ง/ชิปปิ้งนำเข้า (Landed Cost), ค่า GP/ค่าโฆษณาแพลตฟอร์ม, ค่าจ้างฟรีแลนซ์/ผู้รับเหมาช่วง (ติด WHT 3%), เงินเดือน, ค่าเช่า, ค่าเสื่อมราคา
5. ฟีเจอร์ PEAK ที่ต้องแนะนำ: เลือกโมดูลและแพ็กเกจที่แก้คอขวดของรายได้และรายจ่ายนั้นโดยตรง (ดูรายละเอียดครบ 13 ธุรกิจในสไลด์ถัดไปและในแท็บ '🏬 วิเคราะห์ธุรกิจ & แนะนำฟีเจอร์')

🎯 **Key Takeaway: คนที่เข้าใจว่าธุรกิจลูกค้า 'หาเงินจากทางไหน' และ 'เสียเงินกับอะไร' จะคุยกับเจ้าของธุรกิจรู้เรื่องภายใน 3 นาทีแรก**

Slide 8/37 · บทที่ 3: วิเคราะห์โมเดลธุรกิจ 13 ประเภท & การจับคู่ฟีเจอร์

เจาะลึกกลุ่มซื้อมาขายไป: Trading B2B vs Retail B2C vs E-commerce

ขายสินค้าเหมือนกัน แต่ช่องทางขาย รายได้ ค่าใช้จ่าย และฟีเจอร์ที่ใช้ต่างกันชัดเจน

📦 Trading B2B (ค้าส่ง/ตัวแทนจำหน่าย) & Retail B2C (หน้าร้าน)

- Trading B2B (ขายส่งให้บริษัท/ร้านค้า): ช่องทางขายผ่านทีมเซลล์/ใบเสนอราคา ให้เครดิต 30–60 วัน · รายได้จากการขายล็อตใหญ่ · ค่าใช้จ่ายคือต้นทุนสินค้า, ค่าขนส่ง, คอมมิชชันเซลล์ · แนะนำ: ใบเสนอราคา→ใบวางบิล (BN), รายงานลูกหนี้ค้างชำระ (AR Aging), สต็อก FIFO หลายคลัง (BASIC/PRO 10 คลัง, PRO Plus ไม่จำกัด)
- Trading B2C / Retail POS (ค้าปลีกหน้าร้าน): ช่องทางขายผ่านหน้าร้าน/LINE · รายได้เป็นเงินสด/โอน/บัตรเครดิตรายวัน · ค่าใช้จ่ายคือต้นทุนสินค้า, ค่าเช่าร้าน, ค่า MDR บัตร, พนักงานขาย · แนะนำ: ออกใบกำกับภาษีอย่างย่อ (ABB), เชื่อม POS ผ่าน API, Smart Reconciliation (PRO ขึ้นไป)

🛒 E-commerce (Shopee / Lazada / TikTok Shop / Social)

- ขายอะไร & ช่องทาง: ขายสินค้าอุปโภคบริโภค (B2C) ผ่าน Marketplace (Shopee/Lazada/TikTok) และแชทผ่านระบบจัดการออเดอร์ (ZORT / BentoWeb / XCommerce)
- รายได้ & ค่าใช้จ่าย: รายได้ค่าสินค้าและค่าจัดส่งที่เรียกเก็บ · ค่าใช้จ่ายสำคัญคือ ต้นทุนสินค้า (FIFO), ค่าธรรมเนียมแพลตฟอร์ม (GP/Commission/Transaction Fee), ค่าแอดโฆษณา, ค่ากล่องแพ็กและขนส่ง
- ฟีเจอร์ที่แนะนำ: แพ็กเกจ PRO Plus (฿12,000/ปี) เพื่อเชื่อม Marketplace / Partner API ดึงออเดอร์มาออกใบกำกับภาษีและตัดสต็อกใน PEAK อัตโนมัติ + Smart Reconciliation กระทบยอดเงินโอนเข้าธนาคาร + PEAK Board ดูงบแยกตามช่องทางขาย

🎯 Key Takeaway: Trading B2B เน้น ‘วางบิล-คุมลูกหนี้-หลายคลัง’ · Retail เน้น ‘บิลอย่างย่อ-เชื่อม POS’ · E-commerce ต้องชู ‘PRO Plus เชื่อมแพลตฟอร์ม + กระทบยอดโอน’

Slide 9/37 · บทที่ 3: วิเคราะห์โมเดลธุรกิจ 13 ประเภท & การจับคู่ฟีเจอร์

เจาะลึกกลุ่มนำเข้า-ส่งออก (Import / Export) & ขนส่งโลจิสติกส์

ธุรกิจที่ต้องการความแม่นยำเรื่องต้นทุนแฝงนำเข้า (Landed Cost) และหลายสกุลเงิน

🚢 ธุรกิจนำเข้า-ส่งออก (Import / Export — B2B & B2C)

- ขายอะไร & ช่องทาง: นำเข้าสินค้าจากต่างประเทศ (จีน/ญี่ปุ่น/ยุโรป) มาขายส่ง B2B หรือขายปลีก B2C / ส่งออกสินค้าไปต่างประเทศ
- รายได้ & ค่าใช้จ่าย: รายได้ขายสินค้า (THB หรือ Foreign Currency) · ค่าใช้จ่ายสำคัญคือ ค่าสินค้าต่างประเทศ (FOB/CIF), ค่าระวางเรือ/เครื่องบิน (Freight), ค่าประกันภัยขนส่ง, ค่าชิปปิ้งออกของ, อากรขาเข้า และ VAT นำเข้าตามใบขนศุลกากร
- ฟีเจอร์ที่แนะนำ: PRO Plus / PREMIUM — ใช้ฟีเจอร์ ‘ใบปรับต้นทุนสินค้า (Landed Cost / Cost Adjustment)’ ปันส่วนค่าขนส่ง+ค่าชิปปิ้ง+ค่าประกันภัยเข้าตัวสินค้าแต่ละล็อต + เอกสารหลายสกุลเงิน (Multi-currency) + บันทึก VAT นำเข้าตามใบเสร็จศุลกากร

🚚 ธุรกิจขนส่งและโลจิสติกส์ (Logistics / Fleet — B2B)

- ขายอะไร & ช่องทาง: บริการขนส่งสินค้าเหมาคัน/รายเที่ยว ให้ลูกค้าโรงงานและบริษัทค้าส่ง (สัญญารายปีหรือใบสั่งงานรายเที่ยว)
- รายได้ & ค่าใช้จ่าย: รายได้ค่าขนส่ง (ได้ยกเว้น VAT หากเป็นขนส่งในประเทศ แต่ถูกหัก ณ ที่จ่าย 1%) · ค่าใช้จ่ายคือ ค่าน้ำมัน, ค่าทางด่วน, ค่าซ่อมบำรุงรถ, ค่าเสื่อมราคารถบรรทุก, เบี้ยเลี้ยงคนขับ และค่าจ้างรถร่วม
- ฟีเจอร์ที่แนะนำ: PRO Plus — ใช้ PEAK Board ติดแท็กทะเบียนรถหรือสายวิ่งเพื่อดูว่า ‘รถคันไหนทำกำไรหรือขาดทุน’ + PEAK Asset คิดค่าเสื่อมราคารถอัตโนมัติ + จัดการใบหัก ณ ที่จ่าย 1% ขาถูกหัก

🎯 Key Takeaway: เจอธุรกิจนำเข้า ต้องพูดคำว่า ‘ใบปรับต้นทุนสินค้า (Landed Cost) รวมค่าชิปปิ้งและค่าประกันภัยเข้าต้นทุนล็อตได้ใน PRO Plus’

Slide 10/37 · บทที่ 3: วิเคราะห์โมเดลธุรกิจ 13 ประเภท & การจับคู่ฟีเจอร์

เจาะลึกกลุ่มบริการ: Agency/Consult (B2B), Software/SaaS & คลินิก/ความงาม (B2C)

ธุรกิจที่ไม่มีสต็อกซับซ้อน แต่ปวดหัวเรื่อง ‘แบ่งเก็บเงินตามงวด’, ‘หัก ณ ที่จ่าย’ และ ‘กำไรรายโปรเจกต์’

💼 บริการ B2B (Agency / ที่ปรึกษา / ออกแบบ) & Software House / SaaS

- ขายอะไร & ช่องทาง: รับทำโฆษณา, ที่ปรึกษา, ออกแบบ, พัฒนาซอฟต์แวร์ หรือขายระบบรายเดือน/รายปี (B2B) ผ่านการยื่น Proposal และใบเสนอราคา
- รายได้ & ค่าใช้จ่าย: รายได้ค่าบริการตามงวดงาน (มัดจำ 30% / งวด 2 / ส่งมอบ) หรือค่าบริการรายเดือน (Retainer / Subscription) · ค่าใช้จ่ายหลักคือ เงินเดือนทีมงาน, ค่าจ้าง Freelance/Outsource (ต้องหัก WHT 3%), ค่า Server/Cloud และค่าโฆษณาแทนลูกค้า
- ฟีเจอร์ที่แนะนำ: แยก ‘ใบแจ้งหนี้ (ยังไม่เกิดภาษี)’ ออกจาก ‘ใบเสร็จรับเงิน/ใบกำกับภาษี (เกิดภาษีเมื่อรับเงิน)’ + ออกหนังสือรับรองหัก ณ ที่จ่าย (50 ทวิ) ให้ฟรีแลนซ์ + เอกสารสร้างซ้ำอัตโนมัติ (Recurring) + PEAK Board ดูงบกำไรขาดทุนรายโปรเจกต์ (PRO Plus)

🏥 บริการ B2C (คลินิก / ทันตกรรม / สปา / สถาบันกวดวิชา)

- ขายอะไร & ช่องทาง: บริการรักษาพยาบาล ความงาม คอร์สความงาม หรือคอร์สเรียน (B2C) ผ่านหน้าร้าน, LINE OA และ Facebook Ads
- รายได้ & ค่าใช้จ่าย: รายได้ค่ารักษา/ค่าบริการรายครั้ง, ขายแพ็กเกจ/คอร์ส, และขายยา/เวชสำอาง · ค่าใช้จ่ายคือ ต้นทุนยาและเวชภัณฑ์ (ตัดสต็อกเมื่อใช้/ขาย), ค่ามือแพทย์ (DF — หัก WHT), คอมมิชชันเซลล์, ค่าเช่าสาขา และค่าเสื่อมเครื่องมือแพทย์
- ฟีเจอร์ที่แนะนำ: PRO / PRO Plus — คุมสต็อกยาและเวชภัณฑ์แบบ FIFO + แยกคลังตามสาขา + PEAK Board ดูงบกำไรขาดทุนแยกรายสาขา + PEAK Asset คิดค่าเสื่อมเครื่องมือ

🎯 Key Takeaway: ธุรกิจบริการต้องชู 3 เรื่องเสมอ: 1) แยกใบแจ้งหนี้กับใบกำกับภาษีตามเกณฑ์เงินสด 2) จัดการหัก ณ ที่จ่าย 3% ง่าย 3) ดูงบกำไรรายโปรเจกต์/สาขาบน PEAK Board

Slide 11/37 · บทที่ 3: วิเคราะห์โมเดลธุรกิจ 13 ประเภท & การจับคู่ฟีเจอร์

เจาะลึกกลุ่มเฉพาะทาง: ร้านอาหาร/คาเฟ่ · รับเหมาก่อสร้าง · เช่าพื้นที่ · โรงงานผลิต

รู้ทันว่าเคสไหนปิดการขายได้ด้วย Workaround และเคสไหนต้องคัดกรองออก (Qualify-Out)

☕ ร้านอาหาร/คาเฟ่ (B2C) & 🏢 ธุรกิจให้เช่า/อสังหาฯ (B2B/B2C)

- ร้านอาหาร/คาเฟ่: ขายอาหารเครื่องดื่มหน้าร้านและ Delivery (Grab/Lineman) · รายได้เงินสด/QR/ยอดโอนจากแอป Delivery · ค่าใช้จ่ายคือ วัตถุดิบสด, ค่า GP แอป (30%+), ค่าเช่า, พนักงานพาร์ทไทม์ · แนะนำ: บันทึกรายได้สรุปรายวันจาก POS + PRO Plus ดูงบแยกรายสาขาบน PEAK Board (หมายเหตุ: PEAK ไม่มีระบบผูกสูตรอาหาร/BOM อัตโนมัติ)
- ธุรกิจให้เช่าพื้นที่/อุปกรณ์ (Rental): รายได้ค่าเช่ารายเดือน, ค่าน้ำ-ไฟ, เงินประกันสัญญา · ค่าใช้จ่ายคือ ค่าเสื่อมราคาอาคาร/อุปกรณ์, ค่าซ่อมบำรุง, แม่บ้าน/รปภ. · แนะนำ: สร้างใบแจ้งหนี้รายเดือนอัตโนมัติ (Recurring) + PEAK Asset + หัก ณ ที่จ่ายค่าเช่า 5%

🏗️ รับเหมาก่อสร้าง (Construction) & 🏭 โรงงานผลิต (Manufacturing)

- รับเหมาก่อสร้าง / ตกแต่งภายใน (B2B): รายได้ตามงวดงาน (Progress Billing) · ค่าใช้จ่ายคือ ค่าวัสดุก่อสร้าง, ค่าแรงผู้รับเหมาช่วง (WHT 3%) · แนะนำ PRO Plus / PREMIUM ใช้ PR→PO คุมจัดซื้อวัสดุเข้าไซต์งาน + PEAK Board ดูต้นทุนและกำไรแยกตามไซต์งาน (แต่ถ้าลูกค้าต้องการผูก BOQ เชิงวิศวกรรมหรือคำนวณ % POC อัตโนมัติ ต้องแจ้งข้อจำกัด)
- โรงงานผลิต (Manufacturing): ถ้าเป็น ‘ประกอบ/แพ็กของง่ายๆ’ สามารถใช้การเบิกวัตถุดิบและรับสินค้าสำเร็จรูปเข้าคลังได้ แต่ถ้าต้องการ ‘ผูกสูตรการผลิตหลายขั้น (Multi-level BOM), คุมเศษสูญเสีย (Scrap), หรือคำนวณต้นทุนการผลิต WIP อัตโนมัติ’ → ต้อง Qualify-Out ทันที!

🎯 Key Takeaway: ความซื่อสัตย์ต่อข้อจำกัดระบบ (เช่น ไม่รับโรงงาน BOM ซับซ้อน) ช่วยรักษาความน่าเชื่อถือของแบรนด์และประหยัดเวลาทั้งทีมขายและลูกค้า

Slide 12/37 · บทที่ 4: พื้นฐานบัญชีที่ทีมขายต้องรู้ (Basic Accounting)

สมการบัญชี 5 หมวด & วงจรจากเอกสารสู่งบการเงิน

เข้าใจหัวใจของบัญชีโดยไม่ต้องจบบัญชี เพื่อคุยกับนักบัญชีและเจ้าของกิจการได้อย่างมั่นใจ

⚖️ **สมการบัญชี 5 หมวดหลัก (The 5 Account Categories)**

- 1. สินทรัพย์ (Assets — หมวด 1): สิ่งที่บริษัทมีและสร้างมูลค่า เช่น เงินสด, เงินฝากธนาคาร, ลูกหนี้การค้า (AR), สินค้าคงเหลือ, อุปกรณ์/อาคาร
- 2. หนี้สิน (Liabilities — หมวด 2): ภาระที่ต้องจ่ายคืน เช่น เจ้าหนี้การค้า (AP), ภาษีขายรอนำส่ง, เงินกู้ธนาคาร
- 3. ส่วนของเจ้าของ / ทุน (Equity — หมวด 3): ทุนจดทะเบียน + กำไรสะสม
- 4. รายได้ (Revenue — หมวด 4) และ 5. ค่าใช้จ่าย (Expenses — หมวด 5): นำมาหักลบกันได้ 'กำไรสุทธิ (Net Profit)'

🔄 **PEAK เปลี่ยนงานยากให้เป็นอัตโนมัติอย่างไร?**

- ขั้นตอนปกติ: ออกเอกสารการค้า → ตีความขาบัญชี เดบิต (Dr) / เครดิต (Cr) → ลงสมุดรายวัน (Journal) → แยกประเภท (GL) → งบทดลอง (Trial Balance) → งบกำไรขาดทุน (P&L) & งบดุล (Balance Sheet)
- ความเจ๋งของ PEAK: แค่แอดมินหรือเซลล์กดสร้างเอกสาร (เช่น ใบแจ้งหนี้ / ใบเสร็จรับเงิน / บันทึกค่าใช้จ่าย) ระบบจะผูกผังบัญชีและลงบันทึก Dr/Cr เข้าสมุดรายวันให้อัตโนมัติทันที!

🎯 **Key Takeaway: จุดขายหลักของ PEAK คือ 'คนหน้าบ้านออกเอกสารเป็น คนหลังบ้านได้งบการเงินอัตโนมัติทันทีโดยไม่ต้องคีย์ซ้ำ'**

Slide 13/37 · บทที่ 4: พื้นฐานบัญชีที่ทีมขายต้องรู้ (Basic Accounting)

เกณฑ์คงค้าง (Accrual Basis) vs เกณฑ์เงินสด (Cash Basis)

ตอบคำถามคลาสสิกของเจ้าของกิจการ: 'ทำไมในงบมีกำไรตั้งเยอะ แต่ในบัญชีธนาคารไม่มีเงินสดเหลือ?'

📘 **เกณฑ์คงค้าง (Accrual Basis) — มาตรฐานการบัญชีของนิติบุคคล**

- รับรู้รายได้และค่าใช้จ่าย 'เมื่อรายการค้าเกิดขึ้นจริง (ส่งมอบของ/วางบิลแล้ว)' แม้ว่าจะยังไม่ได้รับเงินสดหรือยังไม่ได้จ่ายเงินสดก็ตาม
- ตัวอย่าง: ส่งสินค้าให้ลูกค้า 100,000 บาท ให้เครดิต 60 วัน → ในงบกำไรขาดทุนเดือนนี้ถือว่ามี 'รายได้ 100,000 บาท' ทันที และเกิด 'ลูกหนี้การค้า (AR) 100,000 บาท'
- ดังนั้น กำไรทางบัญชี (Profit) จึงไม่เท่ากับ เงินสดในธนาคาร (Cash)

💡 **วิธีใช้ความรู้เรื่องนี้ขายฟีเจอร์ PEAK**

- ถ้าลูกค้าบ่นว่า 'ขายดีแต่เงินตึงมือ ไม่รู้เงินจมอยู่ที่ใคร': ชูรายงานลูกหนี้ค้างชำระ (AR Aging) และใบวางบิล (Billing Note) เพื่อตามเก็บเงินให้ตรงดิว
- ถ้าลูกค้าอยากเห็นทั้งกำไรทางบัญชีและกระแสเงินสดเข้า-ออกจริง: แนะนำแพ็กเกจ PRO Plus ขึ้นไป ซึ่งมีรายงาน 'งบกระแสเงินสด (Cash Flow Statement)' และแดชบอร์ด PEAK Board

🎯 **Key Takeaway: เมื่อลูกค้าสับสนเรื่องกำไรกับเงินสด ให้โชว์ AR Aging (เงินที่รอเก็บจากลูกค้า) และ Cash Flow Statement บนแพ็กเกจ PRO Plus**

Slide 14/37 · บทที่ 4: พื้นฐานบัญชีที่ทีมขายต้องรู้ (Basic Accounting)

ระบบสต็อกและต้นทุนขาย: Perpetual FIFO vs Periodic

จุดตัดสำคัญที่สุดในการเลือกแพ็กเกจ BASIC (฿5,000) เทียบกับ PRO (฿9,000)

📦 **Perpetual Inventory + FIFO (บันทึกต้นทุนต่อเนื่อง เข้าก่อน-ออกก่อน)**

- หลักการ FIFO (First-In, First-Out): สินค้าล็อตที่ซื้อเข้ามาก่อน จะถูกนำไปตัดเป็นต้นทุนขายก่อนตามลำดับล็อต
- ความพิเศษของ Perpetual ใน PEAK (ตั้งแต่แพ็กเกจ PRO ขึ้นไป): ทันทีที่ออกบิลขาย ระบบจะคำนวณต้นทุนจากล็อต FIFO และลงบัญชี 'Dr. ต้นทุนขาย (COGS) / Cr. สินค้าคงเหลือ' ให้อัตโนมัติในบิลนั้นทันที!

- ผลลัพธ์: เจ้าของกิจการเปิดดูงบกำไรขาดทุนวันไหน ก็เห็น ‘กำไรขั้นต้น (Gross Profit)’ ที่หักต้นทุนสินค้าจริงแล้วแบบ Real-time

⚠️ ถ้าอยู่แค่แพ็กเกจ BASIC จะเกิดอะไรขึ้น?
- แพ็กเกจ BASIC ไม่มีระบบลงบันทึกต้นทุนขาย Perpetual FIFO อัตโนมัติรายบิล (ต้องใช้วิธี Periodic คือตรวจนับสต็อกปลายงวดแล้วให้นักบัญชีปรับปรุงรายการเองตอนสิ้นเดือน/สิ้นปี)
- กฎการแนะนำแพ็กเกจ: ถ้าลูกค้าทำธุรกิจซื้อมาขายไป (Trading / E-commerce) และต้องการรู้ต้นทุนขายและกำไรขั้นต้นอัตโนมัติ → ต้องเริ่มที่แพ็กเกจ PRO (฿9,000/ปี) หรือ PRO Plus (฿12,000/ปี) เสมอ!

🎯 Key Takeaway: จำให้แม่น: ธุรกิจมีสต็อกสินค้าและอยากให้ระบบตัดต้นทุนขาย (COGS) แบบ FIFO อัตโนมัติ ต้องใช้แพ็กเกจ PRO ขึ้นไปเท่านั้น

Slide 15/37 · บทที่ 4: พื้นฐานบัญชีที่ทีมขายต้องรู้ (Basic Accounting)

การไหลของเอกสารฝั่งรายได้ (Order-to-Cash) & ฝั่งรายจ่าย (Procure-to-Pay)

คัดลอกเอกสารต่อกันในคลิกเดียว ไม่ต้องพิมพ์ชื่อลูกค้าหรือรายการสินค้าซ้ำ

🟢 ฝั่งรายได้ (Revenue Flow: Qo → BN → IV → RE / TIV)
- 1. ใบเสนอราคา (Quotation - Qo): เสนอราคาและเงื่อนไขให้ลูกค้า (ยังไม่มีผลทางบัญชีและภาษี)
- 2. ใบวางบิล (Billing Note - BN): รวบรวมหลายบิลเพื่อแจ้งยอดเรียกเก็บตามรอบเครดิต
- 3. ใบแจ้งหนี้ (Invoice - IV): ส่งมอบสินค้า/บริการแล้ว ตั้งลูกหนี้การค้า
- 4. ใบเสร็จรับเงิน / ใบกำกับภาษี (Receipt - RE / Tax Invoice - TIV): รับชำระเงินและออกเอกสารภาษี

🟠 ฝั่งรายจ่าย (Expense Flow: PR → PO → GR → IR / บันทึกค่าใช้จ่าย)
- แพ็กเกจทั่วไป (FREE – PRO Plus): สร้างใบสั่งซื้อ (PO) → กดสร้างบันทึกซื้อสินค้า/ค่าใช้จ่าย (Expense) → บันทึกการจ่ายชำระเงินและออกใบหัก ณ ที่จ่าย
- แพ็กเกจ PREMIUM (฿35,000/ปี): รองรับระบบควบคุมจัดซื้อเต็มรูปแบบ 4 ขั้นตอน คือ ใบขอซื้อ (PR) → ใบสั่งซื้อ (PO) → ใบรับสินค้า (GR) → ใบรับวางบิล/บันทึกซื้อ (IR) พร้อมการตั้งวงเงินอนุมัติ (Approval Workflow)

🎯 Key Takeaway: เอกสารทุกขั้นใน PEAK กดสร้างต่อกันได้ทันที ข้อมูลวิ่งไหลตามกันไปตลอดสาย ลดความผิดพลาดจากการคีย์มือซ้ำ

Slide 16/37 · บทที่ 5: พื้นฐานภาษีไทยที่ทีมขายต้องแม่น (Basic Tax)

ภาษีมูลค่าเพิ่ม (VAT 7%) และจุดความรับผิดทางภาษี (Tax Point): สินค้า vs บริการ

ทำไมธุรกิจขายสินค้ากับธุรกิจบริการ ถึงใช้ลำดับเอกสารใน PEAK ไม่เหมือนกัน?

📦 ธุรกิจขายสินค้า (Goods) — เกิด VAT เมื่อ ‘ส่งมอบสินค้า’
- กฎหมายสรรพากร: ขายสินค้า จุดเกิดภาษีมูลค่าเพิ่ม (Tax Point) คือวันที่ส่งมอบสินค้า (เว้นแต่โอนกรรมสิทธิ์หรือรับเงินก่อนส่งมอบ)
- เอกสารที่ใช้ใน PEAK: เมื่อส่งของให้ลูกค้าแม้จะให้เครดิต 30 วัน ก็ต้องออก ‘ใบส่งของ/ใบแจ้งหนี้/ใบกำกับภาษี’ ทันที → ระบบจะนำยอดเข้าแบบ ภ.พ.30 ของเดือนที่ส่งของทันที
- เมื่อลูกค้าโอนเงินมาในเดือนถัดไป จึงออก ‘ใบเสร็จรับเงิน’ เพื่อล้างลูกหนี้

💼 ธุรกิจบริการ (Services) — เกิด VAT เมื่อ ‘ได้รับชำระเงิน’
- กฎหมายสรรพากร: งานบริการ จุดเกิดภาษีมูลค่าเพิ่ม (Tax Point) คือวันที่ได้รับชำระเงินค่าบริการ
- เอกสารที่ใช้ใน PEAK: ตอนส่งงานหรือวางบิล ให้กดออกแค่ ‘ใบแจ้งหนี้ (Invoice)’ เท่านั้น (จะได้ยังไม่ต้องควักเนื้อจ่าย VAT 7% ให้สรรพากรล่วงหน้า!)
- เมื่อลูกค้าโอนเงินค่าบริการเข้ามาจริง จึงกดสร้าง ‘ใบเสร็จรับเงิน/ใบกำกับภาษี’ ต่อจากใบแจ้งหนี้ → VAT ขายจึงจะวิ่งเข้า ภ.พ.30 ในเดือนที่รับเงินจริง

🎯 **Key Takeaway: ความรู้เรื่อง Tax Point สินค้า vs บริการ คือจุดที่ทำให้ลูกค้าธุรกิจบริการรักเซลล์ของ PEAK เพราะช่วยไม่ให้เขาต้องสำรองจ่าย VAT 7% ก่อนได้เงินจริง**

Slide 17/37 · บทที่ 5: พื้นฐานภาษีไทยที่ทีมขายต้องแม่น (Basic Tax)

ภาษีหัก ณ ที่จ่าย (WHT): ภ.ง.ด.1, 2, 3, 53, 54 และใบ 50 ทวิ

ข้อเท็จจริงที่ต้องตอบให้แม่น 100% — ตัวไหนทำฟอร์มยื่นได้ ตัวไหนบันทึกได้อย่างเดียว

✅ **แบบภาษีที่ PEAK รองรับทั้งการบันทึก สร้างฟอร์ม และออกไฟล์ยื่น (.txt)**

- ภ.ง.ด.1 (หักภาษีเงินได้พนักงานประจำ) และ ภ.ง.ด.1ก (สรุปรายปี): ดึงข้อมูลจาก PEAK Payroll มารวมใน PEAK Tax ได้
- ภ.ง.ด.2 (หักภาษีเงินได้ประเภทค่านายหน้า ลิขสิทธิ์ ดอกเบี้ย เงินปันผล บุคคลธรรมดา): รองรับครบทั้งสร้างแบบและไฟล์ .txt (ห้ามเผลอบอกลูกค้าว่าไม่รองรับ ภ.ง.ด.2!)
- ภ.ง.ด.3 (หัก ณ ที่จ่ายบุคคลธรรมดา เช่น จ้างฟรีแลนซ์) และ ภ.ง.ด.53 (หัก ณ ที่จ่ายนิติบุคคล เช่น ค่าบริการ 3%, ค่าเช่า 5%, ค่าโฆษณา 2%, ค่าขนส่ง 1%): ออกหนังสือรับรอง 50 ทวิ และ Export ไฟล์ .txt ยื่น RD Prep ได้ทันที

⚠️ **ข้อจำกัดที่ต้องพูดให้ถูก: ภ.ง.ด.54, ภ.พ.30 และ e-WHT 1%**

- ภ.ง.ด.54 (จ่ายเงินไปต่างประเทศ): PEAK รองรับเฉพาะ 'การบันทึกข้อมูลทางบัญชี' แต่ไม่สามารถกดสร้างแบบฟอร์ม ภ.ง.ด.54 จากระบบได้
- ภ.พ.30 (ภาษีมูลค่าเพิ่มรายเดือน): PEAK สร้างรายงานภาษีซื้อ-ภาษีขายและสรุปตัวเลขแบบ ภ.พ.30 ให้ครบ แต่ไม่มีการ Export ไฟล์ .txt สำหรับ ภ.พ.30 (ไฟล์ .txt มีเฉพาะตระกูล ภ.ง.ด.1, 2, 3, 53 และ 1ก)
- e-WHT (หัก ณ ที่จ่ายอิเล็กทรอนิกส์ ลดอัตราเหลือ 1% ขยายเวลาถึง 31 ธ.ค. 2570): การหักและนำส่งทำผ่านระบบธนาคาร ส่วนใน PEAK ใช้บันทึกข้อมูลรายการหัก ณ ที่จ่ายเพื่อคุมบัญชี

🎯 **Key Takeaway: จำจุดตาย 3 ข้อ: 1) ภ.ง.ด.2 รองรับเต็มรูปแบบ 2) ภ.ง.ด.54 บันทึกได้แต่ไม่เจนฟอร์ม 3) ไฟล์ .txt ยื่นสรรพากรมีเฉพาะ ภ.ง.ด. (ไม่มี .txt ของ ภ.พ.30)**

Slide 18/37 · บทที่ 5: พื้นฐานภาษีไทยที่ทีมขายต้องแม่น (Basic Tax)

e-Tax Invoice by Time Stamp vs Full e-Tax Invoice & e-Receipt

แยกแยะ 2 ระบบของกรมสรรพากรให้ขาด เพื่อจัดแพ็กเกจให้ลูกค้าถูกต้อง

📧 **1. e-Tax Invoice by Time Stamp (เดิมเรียก e-Tax by Email)**

- เหมาะกับ: กิจการที่มีรายได้ไม่เกิน 30 ล้านบาทต่อปี และได้รับอนุมัติจากกรมสรรพากร (ก.อ.01)
- หลักการทำงาน: ส่งใบกำกับภาษีไฟล์ PDF จากระบบ PEAK ผ่านอีเมลโดยสำเนา (CC) ไปที่ระบบประทับรับรองเวลา (Time Stamp) ของ สพธอ. (ETDA)
- แพ็กเกจที่รองรับใน PEAK: รองรับตั้งแต่แพ็กเกจ FREE ขึ้นไปทุกแพ็กเกจ!

🔐 **2. Full e-Tax Invoice & e-Receipt (ลงลายมือชื่อดิจิทัล Digital Signature)**

- เหมาะกับ: กิจการทุกขนาด (รวมถึงรายได้เกิน 30 ล้านบาท/ปี) หรือร้านค้าที่ต้องการเข้าร่วมโครงการลดหย่อนภาษีภาครัฐ (เช่น Easy E-Receipt)
- หลักการทำงาน: เชื่อมต่อผ่านผู้ให้บริการ Service Provider ระดับ Advanced ที่ PEAK เชื่อมไว้แล้ว คือ INET หรือ Leceipt เพื่อประทับ Digital Certificate และส่งข้อมูล XML เข้ากรมสรรพากร
- แพ็กเกจที่รองรับใน PEAK: ต้องใช้แพ็กเกจ PRO Plus (฿12,000/ปี) หรือ PREMIUM (฿35,000/ปี) เท่านั้น (ลูกค้ามีค่าบริการฝั่ง INET/Leceipt และค่า Token ตามเงื่อนไขผู้ให้บริการ)

🎯 **Key Takeaway: ถ้าลูกค้าถามว่า 'ทำ e-Tax เข้าร่วมโครงการลดหย่อนภาษี Easy E-Receipt ได้ไหม?' ต้องถามต่อทันทีว่าจดแบบ Time Stamp หรือแบบ Full e-Tax (INET/Leceipt)**

Slide 19/37 · บทที่ 6: เจาะลึก 6 โมดูล · 6 แพ็กเกจ · และจุดตัดฟีเจอร์

ภาพรวม 6 โมดูลหลักในอาณาจักร PEAK

เข้าใจว่าแต่ละโมดูลทำหน้าที่อะไร และเปิดใช้งานในแพ็กเกจไหน

🧩 โมดูลที่ 1–3: เอกสาร · บัญชี/สินทรัพย์ · ภาษี

1. New PEAK (หน้าบ้าน & สมุดบัญชี): ออกเอกสารรายรับ-รายจ่าย, บริหารลูกหนี้-เจ้าหนี้, คลังสินค้า/สต็อก FIFO, กระทบยอดธนาคาร (Smart Reconciliation), และลงบัญชีแยกประเภท/งบการเงิน
2. PEAK Asset (ทะเบียนสินทรัพย์ถาวร): ผูกกับบันทึกซื้อสินทรัพย์ คำนวณค่าเสื่อมราคาอัตโนมัติรายวัน/รายเดือน และลงบัญชีค่าเสื่อมให้อัตโนมัติ (เริ่มใช้ได้ตั้งแต่แพ็กเกจ BASIC ขึ้นไป)
3. PEAK Tax (จัดการภาษีมูลค่าเพิ่มและหัก ณ ที่จ่าย): รวบรวมรายงานภาษีซื้อ-ขาย (ภ.พ.30) และสรุปแบบ ภ.ง.ด.1, 2, 3, 53 พร้อมออกไฟล์ .txt (ใน PRO Plus/PREMIUM กดดึงข้อมูลภาษีอัตโนมัติได้)

🚀 โมดูลที่ 4–6: เงินเดือน · แดชบอร์ดผู้บริหาร · เชื่อมต่อระบบ

4. PEAK Payroll (เงินเดือนและประกันสังคม): คำนวณเงินเดือน, OT, หักประกันสังคม (สปส.1-10), ภาษี ภ.ง.ด.1, ส่งสลิปเงินเดือนออนไลน์ และจ่ายเงินเดือนผ่านไฟล์ธนาคาร (K-Cash Connect / SCB)
5. PEAK Board (Executive Dashboard): วิเคราะห์งบกำไรขาดทุนและภาพรวมธุรกิจแบบกราฟ แยกตามกลุ่มโปรเจกต์/สาขา/ช่องทางขาย (เปิดดูแดชบอร์ดได้เฉพาะ PRO Plus และ PREMIUM เท่านั้น!)
6. PEAK Connect (Integration & Open API): เชื่อมต่อ Marketplace (Shopee/Lazada/TikTok), POS/OMS พันธมิตร และ Open API (เปิดใน PRO Plus และ PREMIUM)

🎯 **Key Takeaway: 6 โมดูลของ PEAK ทำงานเชื่อมกันเป็นเนื้อเดียว ข้อมูลจากบิลขาย เงินเดือน และค่าเสื่อมราคาวิ่งเข้าสู่งบการเงินและภาษีโดยไม่ต้องคีย์ข้ามระบบ**

Slide 20/37 · บทที่ 6: เจาะลึก 6 โมดูล · 6 แพ็กเกจ · และจุดตัดฟีเจอร์

ตารางราคาและโควตา 6 แพ็กเกจมาตรฐาน (ราคาไม่รวม VAT 7%)

ตัวเลขราคา จำนวนผู้ใช้งาน ช่องทางชำระเงิน และจำนวนพนักงานใน Payroll ที่ห้ามจำผิดเด็ดขาด

🌱 แพ็กเกจเริ่มต้น: FREE · e-Document · BASIC

1. FREE (฿0): 1 ผู้ใช้งาน · ออกเอกสารพื้นฐาน · e-Tax by Time Stamp (เหมาะกับฟรีแลนซ์หรือทดลองระบบเบื้องต้น)
2. e-Document (฿2,500/ปี เท่านั้น — ไม่มีรายเดือน/รายไตรมาส): 3 ผู้ใช้งาน · 3 ช่องทางการเงิน · Payroll สูงสุด 5 คน · เน้นออกเอกสารหน้าบ้านและจัดการภาษี (ยังไม่มีระบบสมุดบัญชี/งบการเงิน/สต็อก)
3. BASIC (฿5,000/ปี | ฿1,500/3 เดือน | ฿500/เดือน): 5 ผู้ใช้งาน · 5 ช่องทางการเงิน · Payroll สูงสุด 10 คน · เริ่มได้สมุดบัญชีแยกประเภท งบการเงินครบ, PEAK Asset, และคลังสินค้าสูงสุด 10 คลัง + โอนย้ายสินค้าระหว่างคลัง

⭐ แพ็กเกจยอดนิยมและระดับองค์กร: PRO · PRO Plus · PREMIUM

4. PRO (฿9,000/ปี | ฿2,500/3 เดือน | ฿900/เดือน): 10 ผู้ใช้งาน · 10 ช่องทางการเงิน · Payroll สูงสุด 20 คน · เพิ่ม: ตัดสต็อกและบันทึกต้นทุนขาย Perpetual FIFO อัตโนมัติ + Smart Reconciliation กระทบยอดธนาคารด้วย AI
5. PRO Plus ⭐ Best Seller (฿12,000/ปี | ฿3,500/3 เดือน | ฿1,200/เดือน): 10 ผู้ใช้งาน · 25 ช่องทางการเงิน · Payroll ไม่จำกัดจำนวนคน · เพิ่ม: เปิดแดชบอร์ด PEAK Board (4 กลุ่ม + ปันส่วน), เชื่อม Marketplace/Open API, Full e-Tax (INET/Leceipt), คลังสินค้าไม่จำกัด, ใบปรับต้นทุนสินค้า (Landed Cost), งบกระแสเงินสด, ดึงข้อมูลเข้า PEAK Tax อัตโนมัติ
6. PREMIUM (฿35,000/ปี ราคาถาวร | ฿10,000/3 เดือน | ฿3,500/เดือน): 20 ผู้ใช้งาน · ช่องทางการเงินไม่จำกัด · เพิ่ม: ระบบจัดซื้อ PR→PO→GR→IR, คุมวงเงินอนุมัติ (Quotation/PO Control), กำหนดสิทธิ์ผู้ใช้งานละเอียดไม่จำกัดรูปแบบ

🎯 **Key Takeaway: ส่วนต่างระหว่าง PRO (฿9,000) กับ PRO Plus (฿12,000) คือแค่ปีละ 3,000 บาท (ตกเดือนละ 250 บาท) แต่ได้ทั้ง PEAK Board, API/Marketplace, Full e-Tax และ Payroll ไม่จำกัด!**

Slide 21/37 · บทที่ 6: เจาะลึก 6 โมดูล · 6 แพ็กเกจ · และจุดตัดฟีเจอร์

3 จุดตัดฟีเจอร์ (Feature Cliffs) ที่ทีมขายต้องอธิบายให้เคลียร์

ป้องกันการเข้าใจผิดเรื่อง PEAK Board, หลายคลังสินค้า และใบปรับต้นทุนสินค้า (Landed Cost)

📊 **จุดตัดที่ 1: การติดแท็ก 'กลุ่มจัดประเภท' vs การเปิดดูแดชบอร์ด 'PEAK Board'**

- ความจริงที่ต้องแยกให้ขาด: แพ็กเกจ e-Document (1 กลุ่ม), BASIC (1 กลุ่ม) และ PRO (2 กลุ่ม) สามารถ 'ติดแท็กกลุ่มจัดประเภท' บนใบเอกสารได้ แต่ต้องกด Export ออกมาดูใน Excel เอง (ไม่สามารถกดเปิดหน้าจอแดชบอร์ด PEAK Board ได้!)
- ถ้าลูกค้าต้องการกดเปิดหน้าจอแดชบอร์ดกราฟสวยงามของ PEAK Board, ใช้ได้ถึง 4 กลุ่มพร้อมกัน, และตั้งเกณฑ์ปันส่วนค่าใช้จ่ายส่วนกลาง (Allocation) → ต้องใช้แพ็กเกจ PRO Plus หรือ PREMIUM เท่านั้น

🏭 **จุดตัดที่ 2 & 3: คลังสินค้าหลายแห่ง (Multi-Warehouse) & ใบปรับต้นทุน (Landed Cost)**

- หลายคลังสินค้า (อัปเดตตั้งแต่ 28/10/2026): PEAK รองรับหลายคลังสินค้าและใบโอนย้ายสินค้า (PT) ตั้งแต่แพ็กเกจ BASIC ขึ้นไป! โดย BASIC และ PRO สร้างได้สูงสุด 10 คลัง ส่วน PRO Plus และ PREMIUM สร้างได้ไม่จำกัดคลัง (แต่ถ้าต้องการตัดต้นทุน FIFO อัตโนมัติ ต้องเป็น PRO ขึ้นไป)
- ใบปรับต้นทุนสินค้า (Landed Cost — อัปเดต 08/07/2026): ใช้ปันส่วนค่าขนส่ง ค่าชิปปิ้ง ค่าอากร และค่าประกันภัยเข้าต้นทุนสินค้า รองรับในห้องทดลองใช้ (Trial 30 วัน), PRO Plus และ PREMIUM (เปิดให้ใช้ฟรีถึงสิ้นปี 2026 และปี 2027 จะเป็น Add-on ซึ่งยังไม่ประกาศราคา)

🎯 **Key Takeaway: ห้ามพูดว่า 'PEAK มีคลังเดียว' หรือ 'PEAK ทำ Landed Cost ไม่ได้' เด็ดขาด และต้องย้ำเสมอว่าหน้าจอ PEAK Board เปิดได้เฉพาะ PRO Plus ขึ้นไป**

Slide 22/37 · บทที่ 6: เจาะลึก 6 โมดูล · 6 แพ็กเกจ · และจุดตัดฟีเจอร์

บริการเสริมหลังการขาย: PARC Onboarding Training & PARC Consulting

ขายซอฟต์แวร์คู่กับบริการวางระบบ เพื่อให้ลูกค้าเริ่มใช้งานสำเร็จตั้งแต่วันแรก

🎓 **1. บริการเทรนนิ่งสอนใช้งาน (PARC Onboarding Training)**

- เหมาะกับ: ลูกค้าที่ต้องการผู้เชี่ยวชาญสอนใช้งานระบบแบบจับมือทำ (Online 2 ชั่วโมง/ครั้ง ภายใน 30 วัน)
- แพ็กเกจเทรนนิ่งมาตรฐาน: 1 ครั้ง ราคา ฿2,500 | แพ็กเกจ 3 ครั้ง (แนะนำสำหรับธุรกิจทั่วไป) ราคา ฿6,000 | แพ็กเกจ 5 ครั้ง (ครบทุกโมดูล) ราคา ฿7,500
- ช่องทางส่งเรื่อง: เมื่อลูกค้าชำระเงินแล้ว ส่งข้อมูลผ่านฟอร์ม PARC Onboarding Typeform (https://form.typeform.com/to/FFEeejjr) และประสานงานที่ห้อง #match-afp-sme-parc

🧭 **2. บริการที่ปรึกษาวางระบบบัญชีเชิงลึก (PARC Consulting Service)**

- เหมาะกับ: กิจการที่มีความซับซ้อน ต้องการให้ทีมผู้เชี่ยวชาญช่วยออกแบบผังบัญชี (COA), วางโครงสร้างกลุ่มจัดประเภท PEAK Board, หรือยกเครื่องขั้นตอนการทำงาน
- ราคาและรูปแบบ: เริ่มต้นที่ ฿12,000 – ฿70,000 ตามขอบเขตความซับซ้อนของธุรกิจ (ต้องให้ทีม PARC ประเมิน Scope ก่อนเสนอราคาเสมอ)
- การส่งต่อเคส: ทักประสานงานทีม PARC (พี่เบียร์) พร้อมสรุปข้อมูลธุรกิจและปัญหาที่ลูกค้าต้องการให้ช่วยวางระบบ

🎯 **Key Takeaway: ลูกค้าที่ซื้อแพ็กเกจ PRO Plus คู่กับคอร์สเทรนนิ่ง 3 ครั้ง (฿6,000) จะขึ้นระบบสำเร็จไวกว่า และมีโอกาสต่ออายุในปีถัดไปสูงมาก**

Slide 23/37 · บทที่ 7: วิเคราะห์คู่แข่ง & เกณฑ์คัดกรอง Qualify-Out

ภูมิทัศน์คู่แข่งในตลาดโปรแกรมบัญชีไทย (Competitive Landscape)

รู้เขารู้เรา: แบ่งคู่แข่งออกเป็น 3 กลุ่มหลักเพื่อวางกลยุทธ์เปรียบเทียบอย่างมืออาชีพ

☁️ **กลุ่มที่ 1: Cloud Accounting (FlowAccount, SMEMOVE, AccRevo)**

- FlowAccount: แบรนด์เป็นที่รู้จักในกลุ่มธุรกิจขนาดเล็ก/ฟรีแลนซ์ หน้าตาใช้งานง่าย · จุดที่เราใช้ชนะในกลุ่มธุรกิจกำลังโต: ความลึกของระบบบัญชีแยกประเภท, การเชื่อมทำงานร่วมกับสำนักงานบัญชี 2,800 แห่ง, การคุมจัดซื้อ PR→PO→GR→IR (PREMIUM), และ PEAK Board ปันส่วนต้นทุน 4 มิติ
- SMEMOVE / AccRevo: เน้นตลาดเริ่มต้นหรือสแกนเอกสารส่งบัญชี · จุดที่เราใช้ชนะ: PEAK มีความครบเครื่องตั้งแต่หน้าบ้าน (เปิดบิล/สต็อกหลายคลัง/เชื่อม Marketplace) จนถึงปิดงบการเงินและยื่นภาษีในระบบเดียว

🖥️ กลุ่มที่ 2 & 3: Desktop รุ่นเก๋า (Express / Business Plus) & ERP ใหญ่ (Odoo / SAP B1)
- Express / Business Plus (On-premise): นักบัญชีรุ่นเก๋าคุ้นมือ คีย์ไวด้วยคีย์บอร์ด แต่ต้องทำงานในออฟฟิศหรือเสียค่าเช่า Cloud Server เพิ่ม และเจ้าของดูงบผ่านมือถือไม่ได้ · จุดที่เราใช้ชนะ: ออนไลน์ 100% บน Azure, เชื่อม API กับแพลตฟอร์มยุคใหม่ได้ทันที, ผู้บริหารดูงบ Real-time
- Odoo / SAP B1 / NetSuite (Full ERP): รองรับการผลิตซับซ้อนแต่ค่า Implement หลักแสนถึงหลักล้านและใช้เวลาวางระบบ 6–12 เดือน · จุดที่เราใช้ชนะ: คุ้มค่ากว่ามาก ขึ้นระบบได้ทันทีภายในไม่กี่สัปดาห์สำหรับธุรกิจที่ไม่ใช่โรงงานผลิตซับซ้อน

🎯 Key Takeaway: อย่าโจมตีคู่แข่งว่าไม่ดี แต่ให้ชี้ให้เห็นว่า 'ในสเตจที่ธุรกิจลูกค้ากำลังเติบโตและต้องทำงานร่วมกับนักบัญชี/หลายแผนก PEAK ตอบโจทย์ระยะยาวได้ครบกว่าอย่างไร'

Slide 24/37 · บทที่ 7: วิเคราะห์คู่แข่ง & เกณฑ์คัดกรอง Qualify-Out

กลยุทธ์รับมือเมื่อลูกค้าเทียบกับ FlowAccount หรือ Express

ประโยค Talk-Track มาตรฐานที่เน้นคุณค่าจริงและไม่ใช้กับดักข้อมูลเท็จ

🆚 เมื่อลูกค้าถามว่า: 'PEAK ต่างจาก FlowAccount อย่างไร?'
1. ยอมรับจุดดีอย่างสุภาพ: 'ทั้งสองระบบเป็น Cloud ที่ช่วยให้เจ้าของธุรกิจออกเอกสารง่ายขึ้นเหมือนกันครับ'
2. ชี้จุดต่างเชิงโครงสร้างบัญชี: 'แต่จุดที่ลูกค้าที่กำลังเติบโตเลือก PEAK คือ ความลึกของระบบบัญชีหลังบ้านและคลังสินค้า เช่น การปรับต้นทุนสินค้าแฝงนำเข้า (Landed Cost), การวิเคราะห์งบกำไรขาดทุนแยก 4 มิติพร้อมปันส่วนค่าใช้จ่ายบน PEAK Board และระบบควบคุมใบขอซื้อ PR→PO→GR→IR ครับ'
3. ชี้จุดแข็งด้าน Ecosystem: 'ที่สำคัญ สำนักงานบัญชีพันธมิตรกว่า 2,800 แห่งคุ้นเคยกับโครงสร้างงบของ PEAK ทำให้เวลาส่งต่องานปิดงบสิ้นปีไม่ต้องรื้อผังบัญชีใหม่ครับ'

🆚 เมื่อนักบัญชีลูกค้าบอกว่า: 'ชินกับ Express มากกว่า ไม่อยากเปลี่ยน'
1. เข้าใจมุมมองนักบัญชี: 'เข้าใจเลยครับ Express เป็นโปรแกรมครูของนักบัญชีไทยที่เสถียรและคีย์ไวมาก'
2. ชี้ปัญหาคอขวดปัจจุบัน: 'แต่ปัญหาที่พบคือ แอดมินหน้าบ้านหรือเซลล์เข้าถึงยาก ทำให้นักบัญชีต้องมารับภาระคีย์บิลขายและบิลค่าใช้จ่ายซ้ำอีกรอบ'
3. เสนอทางออกที่นักบัญชีได้ประโยชน์: 'ถ้าใช้ PEAK แอดมินเป็นคนเปิดบิลหน้าบ้าน แล้วระบบผูกขาบัญชี Dr/Cr ให้อัตโนมัติ นักบัญชีเปลี่ยนบทบาทจากคนคีย์ข้อมูล มาเป็นคนตรวจสอบและวิเคราะห์งบแทน ลดเวลาทำงานซ้ำซ้อนลงได้เกินครึ่งครับ'

🎯 Key Takeaway: เมื่อคุยกับนักบัญชีที่ยึดติดโปรแกรมเดิม ต้องเปลี่ยนภาพจาก 'ต้องเหนื่อยเรียนรู้โปรแกรมใหม่' เป็น 'โปรแกรมนี้ช่วยลดภาระการคีย์เอกสารซ้ำซ้อนให้พี่บัญชี'

Slide 25/37 · บทที่ 7: วิเคราะห์คู่แข่ง & เกณฑ์คัดกรอง Qualify-Out

เกณฑ์คัดกรองเคสที่ไม่เหมาะกับ PEAK (Hard Qualify-Out Gates)

รู้ว่าเคสไหนต้องปฏิเสธอย่างมืออาชีพ เพื่อไม่ให้เกิดปัญหาขอคืนเงินหรือลูกค้าไม่พอใจหลังซื้อ

🛑 5 เคสที่ต้อง Qualify-Out หรือแจ้งข้อจำกัดชัดเจนตั้งแต่ต้นสาย
1. โรงงานผลิตซับซ้อน (Complex Manufacturing): ต้องการผูกสูตรการผลิตหลายลำดับขั้น (Multi-level BOM), คำนวณต้นทุนงานระหว่างทำ (WIP), คุมของเสีย (Scrap/Yield) อัตโนมัติ → PEAK ไม่รองรับ

- 2. คลังสินค้าขั้นสูงระดับ WMS: ต้องการคุมตำแหน่งจัดเก็บละเอียดระดับซอย/ชั้นวาง (Bin/Shelf Location), คุมเลข Serial Number / วันหมดอายุรายชิ้น (Batch Expiry Alert) หรือคำนวณต้นทุนแบบถัวเฉลี่ยเคลื่อนที่ (Moving Average) → PEAK ใช้ FIFO เท่านั้น
- 3. ต้องการแก้ไขโครงสร้างโค้ดเฉพาะกิจ (Custom Core Source Code): PEAK เป็น SaaS มาตรฐานเดียวกันทั้งระบบ ไม่รับแก้โค้ดเฉพาะราย (แต่เชื่อมผ่าน Open API ได้)

⚠️ เคสที่ต้องเช็กเงื่อนไขก่อนนัด Demo

- 4. ต้องการระบบหน้าร้าน POS จุดแคชเชียร์พร้อมลิ้นชักเก็บเงินในตัว: แจ้งว่า PEAK เป็นระบบบัญชีหลังบ้าน สามารถเชื่อมต่อกับระบบ POS พันธมิตรหรือนำยอดขายมาบันทึกสรุปรายวันได้
- 5. ธุรกิจรับเหมาก่อสร้างที่ต้องการผูก BOQ วิศวกรรมและคำนวณรายได้ตาม % งานเสร็จ (POC) อัตโนมัติ: แจ้งว่าใน PEAK ใช้การออกบิลตามงวดงานและดูต้นทุนแยกโปรเจกต์ผ่าน PEAK Board ได้ แต่ไม่คำนวณ BOQ วิศวกรรม

🎯 Key Takeaway: การคัดกรองเคสที่ไม่ตรงกลุ่มออกตั้งแต่วันแรก คือการรักษาเวลาอันมีค่าของทีม Sales ไปโฟกัสเคสที่ปิดการขายได้จริง

Slide 26/37 · บทที่ 8: ทักษะการโทรเปิดสาย & การขุด Pain Point

โครงสร้างการโทรของ SDR (Inbound Trial & Outbound Call Structure)

30 วินาทีแรกตัดสินว่าลูกค้าจะคุยต่อหรือวางสาย — ต้องชัด กระชับ และเป็นธรรมชาติ

📞 4 ขั้นตอนการเปิดสายมาตรฐาน (Opening → Context → Discovery → Next Step)

- 1. ทักทายและบอกที่มาชัดเจน: ‘สวัสดีครับคุณ [ชื่อลูกค้า] ผม [ชื่อเรา] โทรจากระบบบัญชีออนไลน์ PEAK นะครับ เห็นว่าทางคุณ [ชื่อลูกค้า] เพิ่งสมัครทดลองใช้งานระบบเข้ามาเมื่อเช้านี้ครับ’
- 2. ขออนุญาตใช้เวลาสั้นๆ: ‘ไม่ทราบว่าตอนนี้สะดวกคุยสัก 3–5 นาทีไหมครับ อยากสอบถามลักษณะธุรกิจเบื้องต้นเพื่อแนะนำการตั้งค่าให้ตรงกับธุรกิจที่สุดครับ’
- 3. ถามคำถามแกนหลัก (4 Anchor Questions): เพื่อค้นหาธุรกิจ ปัญหาปัจจุบัน และคนตัดสินใจ
- 4. เสนอทางออกและล็อกนัดหมาย: ชี้ให้เห็นว่า Demo 30 นาทีกับผู้เชี่ยวชาญจะช่วยแก้ปัญหานั้นได้อย่างไร แล้วล็อก 3 อย่างก่อนวางสาย

🎯 เคล็ดลับน้ำเสียงและจังหวะการคุย (Tone & Pacing)

- ใช้โทนเสียงเหมือน ‘ที่ปรึกษาที่โทรมาช่วยตั้งค่าระบบ’ ไม่ใช่เทเลเซลล์ที่โทรมาเร่งขายของ
- ฟังให้มากกว่าพูด (70% ฟังและถามต่อ / 30% สรุปและชี้ทางออก)
- จดบันทึกคำพูดของลูกค้าตามจริงลงใน CRM ทันที เพื่อส่งไม้ต่อให้ Sales ใช้เปิดหัวตอนทำ Demo

🎯 Key Takeaway: เป้าหมายของสายแรกไม่ใช่การอธิบายทุกฟีเจอร์ทางโทรศัพท์ แต่คือการทำให้ลูกค้ารู้สึกว่า ‘คุยกับทีมนี้แล้วได้คำตอบที่ตรงธุรกิจเราจริงๆ’

Slide 27/37 · บทที่ 8: ทักษะการโทรเปิดสาย & การขุด Pain Point

4 คำถามแกนหลัก (4 Anchor Questions) + การขุดลึก 11–14 ข้อ

เปลี่ยนจากการถามแบบสัมภาษณ์ตามใบเช็กลิสต์ เป็นการชวนคุยที่ขุดเจออาการปวดหัวจริงของลูกค้า

⚓ 4 คำถามแกนหลักที่ต้องรู้คำตอบในทุกสาย (สำหรับทั้ง SDR และ Sales)

- 1. ธุรกิจและรูปแบบรายได้ (Business Model): ‘ตอนนี้บริษัททำธุรกิจเกี่ยวกับอะไร ขายสินค้าหรือบริการผ่านช่องทางไหนเป็นหลักครับ?’
- 2. ขั้นตอนเดิมและจุดที่เป็นคอขวด (Current Workflow & Pain): ‘ทุกวันนี้ใช้วิธีไหนออกบิลหรือทำบัญชีอยู่ครับ แล้วขั้นตอนไหนที่รู้สึกว่ากินเวลาหรือผิดพลาดบ่อยที่สุด?’
- 3. คนทำบัญชีและคนใช้งาน (Accounting & Team Setup): ‘ตอนนี้มีนักบัญชีในบริษัท หรือส่งเอกสารให้สำนักงานบัญชีข้างนอกดูแลครับ แล้วจะมีทีมงานเข้าใช้งานประมาณกี่ท่าน?’

- 4. เป้าหมายและกรอบเวลาการตัดสินใจ (Goal & Timeline): ‘ตั้งใจอยากเริ่มขึ้นระบบใหม่ให้ทันรอบเดือนไหนครับ และนอกจากคุณ [ชื่อลูกค้า] มีหุ้นส่วนหรือพี่บัญชีท่านไหนที่ร่วมตัดสินใจด้วยไหมครับ?’

⛏️ **เทคนิคการขุดลึกต่อ 11–14 ข้อสำหรับ Sales (Layer-2 & Layer-3 Probing)**
- ขุดปริมาณเอกสารและช่องทางการเงิน: ‘เดือนหนึ่งออกบิลประมาณกี่ใบ และรับเงินผ่านกี่บัญชีธนาคารหรือผ่านแพลตฟอร์มไหนบ้างครับ?’
- ขุดปัญหาสต็อกและต้นทุน: ‘ตอนนี้รู้ต้นทุนสินค้าแต่ละล็อตแบบ FIFO ทันทีไหมครับ หรือมีค่าขนส่งนำเข้าที่ต้องเอามารวมเป็นต้นทุนไหม?’
- ขุดผลกระทบต่อธุรกิจ (Impact Question): ‘เวลาที่งบออกช้าหรือสต็อกไม่ตรงแบบนี้ มันส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจสั่งของหรือสภาพคล่องของบริษัทอย่างไรบ้างครับ?’

🎯 **Key Takeaway: เมื่อลูกค้าพูดคำว่า ‘ยุ่งยาก’ หรือ ‘ช้า’ ห้ามปล่อยผ่าน ให้ถามต่อทันทีว่า ‘ช่วยเล่าให้ฟังหน่อยได้ไหมครับว่าที่ว่าช้า คือติดตรงขั้นตอนไหน?’**

Slide 28/37 · บทที่ 8: ทักษะการโทรเปิดสาย & การขุด Pain Point

กฎเหล็ก ‘3 อย่างก่อนวางสาย’ (Mandatory Pre-Hangup Rule)

ทุกสายที่มีการนัดหมายต่อ ต้องล็อกครบทั้ง 3 ข้อนี้ก่อนกดวางสายเสมอ เพื่อลดอัตราการเทนัด (No-Show)

🔒 **3 สิ่งที่ต้องพูดและยืนยันกับลูกค้าก่อนวางสายทุกครั้ง**
- 1. ล็อกวันและเวลาที่ชัดเจน (Date & Time): ยืนยันวัน เวลา และช่องทางประชุม (เช่น Google Meet / Zoom) พร้อมส่ง Calendar Invite ทันทีขณะถือสายหรือหลังวางสายทันที
- 2. ระบุชื่อผู้รับผิดชอบชัดเจน (Named Owner): บอกชื่อตัวเรา (หรือชื่อผู้เชี่ยวชาญ Sales ที่จะเข้า Demo) ให้ลูกค้าจำได้และบันทึกเบอร์ติดต่อไว้
- 3. ตกลงสิ่งที่ลูกค้าต้องเตรียมก่อนถึงวันนัด (Customer Homework / Pre-work): เช่น ส่งตัวอย่างหน้าตาใบกำกับภาษีเดิม 1 ใบทาง LINE, ลองกดเข้าห้องทดลองใช้ หรือชวนนักบัญชีเข้าฟังพร้อมกัน

💬 **ตัวอย่างประโยคปิดสายที่ครบทั้ง 3 ข้อใน 20 วินาที**
- ‘งั้นเราล็อกคิวดูระบบผ่าน Google Meet ใน [1. วันพฤหัสบดีที่ 14 เวลา 14:00 น.] นะครับ’
- ‘โดยจะมีผม [2. ชื่อเรา / คุณ... ผู้เชี่ยวชาญด้านระบบ] เป็นคนดูแลและเตรียมหน้าจอเฉพาะธุรกิจซื้อมาขายไปไว้ให้ครับ’
- ‘ก่อนถึงวันพฤหัสบดี รบกวนคุณลูกค้า [3. ส่งรูปตัวอย่างใบเสนอราคาหรือใบกำกับภาษีที่ใช้อยู่ปัจจุบันมาใน LINE นี้สัก 1 ใบ และชวนพี่บัญชีเข้าฟังพร้อมกัน] นะครับ ขอบคุณมากครับ!’

🎯 **Key Takeaway: ลูกค้าที่มีการบ้านเล็กๆ ทำก่อนถึงวันนัด (เช่น ส่งตัวอย่างบิลมาใน LINE) จะมีอัตราการเข้าฟัง Demo สูงกว่าคนที่นัดปากเปล่าเกือบ 2 เท่า**

Slide 29/37 · บทที่ 9: การทำ Demo ให้ปัง & การเชื่อม Feature → Benefit → Value

โครงสร้างการทำ Tailored Demo 30–45 นาที (อย่าทัวร์ทุกเมนู!)

ข้อผิดพลาดอันดับ 1 ของเซลล์ใหม่คือ ‘ไล่เปิดทุกเมนูตั้งแต่ซ้ายไปขวาจนลูกค้าง่วง’

⏱️ **โครงสร้างเวลา 4 ช่วงในการทำ Demo มาตรฐาน**
- ช่วงที่ 1 (5 นาทีแรก — Recap & Align): ทวนสิ่งที่รับทราบจาก SDR + ยืนยัน 2–3 Pain Points สำคัญของลูกค้า + ตกลงกันว่าวันนี้จะโฟกัสดู 3 เรื่องหลักอะไรบ้าง
- ช่วงที่ 2 (15–20 นาที — Show the Cure / Wow Moments): เปิดหน้าจอโชว์เฉพาะ Flow ที่แก้ปัญหาของลูกค้าโดยตรง (เช่น ออกบิล 1 คลิก → ตัดสต็อก FIFO → ลงบัญชี Dr/Cr อัตโนมัติ → ดูกราฟ PEAK Board)
- ช่วงที่ 3 (5–10 นาที — Check Fit & Handle Questions): ถามความเห็นระหว่างโชว์ (‘ถ้าหน้าจอเป็นแบบนี้ ช่วยลดเวลาที่แอดมินต้องคีย์ซ้ำได้ไหมครับ?’)
- ช่วงที่ 4 (5 นาทีสุดท้าย — Package Recommendation & Next Step): สรุปแพ็กเกจที่เหมาะสมที่สุด 1 แพ็กเกจหลัก (พร้อมตัวเลือกเทรนนิ่ง PARC) และล็อกวันตัดสินใจ

🚫 **3 สิ่งที่ห้ามทำระหว่าง Demo เด็ดขาด**

- 1. ห้ามเริ่มจากการสอนตั้งค่าผังบัญชียาวเหยียด (เว้นแต่นักบัญชีเป็นคนขอให้เปิดดู)
- 2. ห้ามพูดแค่ว่า 'ปุ่มนี้กดแล้วได้อะไร' โดยไม่เชื่อมกลับไปที่ปัญหาของลูกค้า
- 3. ห้ามจบการ Demo ด้วยคำว่า 'เดี๋ยวส่งใบเสนอราคาไปให้พิจารณาดูนะครับ แล้วค่อยติดต่อกันอีกที' (ต้องล็อกวัน Follow-up เสมอ!)

🎯 **Key Takeaway: Demo ที่ชนะใจลูกค้า คือการฉายภาพให้เห็นว่า 'ชีวิตของเขาหลังจากใช้ PEAK ในวันจันทร์หน้าจะง่ายขึ้นอย่างไร'**

Slide 30/37 · บทที่ 9: การทำ Demo ให้ปัง & การเชื่อม Feature → Benefit → Value

สูตรเปลี่ยน Feature → Benefit → Value → Proof

ลูกค้าไม่ได้ซื้อฟีเจอร์ แต่ซื้อผลลัพธ์ทางธุรกิจและความสบายใจ

🔗 **นิยามของ 4 คำที่ต้องเรียงร้อยให้เป็นประโยคเดียวกัน**

- 1. Feature (ฟีเจอร์คืออะไร): ชื่อความสามารถของระบบ เช่น 'Smart Reconciliation กระทบยอดธนาคารด้วย AI'
- 2. Benefit (ช่วยลดขั้นตอนอย่างไร): ประโยชน์ต่อการทำงาน เช่น 'นำไฟล์ Statement ธนาคารมาจับคู่กับบิลขายให้อัตโนมัติ ไม่ต้องกางกระดาษติ๊กมือทีละบรรทัด'
- 3. Value (คุณค่าต่อธุรกิจ/ตัวเงิน/เวลา): เช่น 'ลดเวลาปิดยอดสิ้นเดือนจาก 3 วันเหลือไม่ถึง 30 นาที และรู้ทันทีว่ามีเงินโอนยอดไหนที่ยังไม่ได้ออกใบกำกับภาษี'
- 4. Proof (หลักฐานที่เปิดให้ดูสด): เปิดหน้าจอกระทบยอดธนาคารใน PEAK กดจับคู่รายการให้ดูสดๆ ใน 10 วินาที

💎 **ตัวอย่างการพูดจริงกับเจ้าของกิจการ (CEO) vs นักบัญชี (Accountant)**

- คุยกับ CEO เรื่อง PEAK Board (PRO Plus): 'ฟีเจอร์ PEAK Board ช่วยแยกงบกำไรขาดทุนตาม 4 สาขาและปันส่วนค่าแอดส่วนกลางให้อัตโนมัติ (Benefit) ทำให้พี่เห็นทันทีในมือถือว่าสาขาไหนทำกำไรจริงหรือสาขาไหนกำลังกินเนื้อตัวเองโดยไม่ต้องรอสิ้นเดือน (Value)'
- คุยกับนักบัญชีเรื่อง ดึงข้อมูลเข้า PEAK Tax (PRO Plus): 'ระบบดึงภาษีซื้อ-ขายและหัก ณ ที่จ่ายจากบิลหน้าบ้านเข้า PEAK Tax ในคลิกเดียว (Benefit) ช่วยให้พี่บัญชีไม่ต้องคอยตามทวงเอกสารตกหล่นและออกไฟล์ .txt ยื่น ภ.ง.ด. ทันกำหนดทุกเดือนแบบไม่เครียด (Value)'

🎯 **Key Takeaway: ทุกครั้งที่พูดชื่อฟีเจอร์ ให้ต่อท้ายด้วยคำว่า '...ซึ่งช่วยให้ธุรกิจของคุณลูกค้า [Benefit & Value] ครับ' เสมอ**

Slide 31/37 · บทที่ 10: การรับมือข้อโต้แย้ง · ลูกค้าบ่น · และคำห้ามพูด

โครงสร้างการตอบข้อโต้แย้ง: Acknowledge → Reframe → Proof

เมื่อลูกค้าบอกว่าราคาแพง ไม่ว่าง ย้ายข้อมูลยาก หรือต้องถามสำนักงานบัญชีก่อน

🛡️ **3 ขั้นตอนเปลี่ยนข้อโต้แย้งให้เป็นโอกาสปิดการขาย**

- 1. Acknowledge (รับฟังและเข้าใจ ไม่เถียงสวน): 'เข้าใจเลยครับคุณลูกค้า เรื่องงบประมาณ/การย้ายข้อมูลเป็นเรื่องที่ต้องพิจารณาให้รอบคอบครับ'
- 2. Reframe (เปลี่ยนมุมมองและตั้งคำถามชวนคิด): ชี้ให้เห็นต้นทุนแฝงของการไม่เปลี่ยน หรือเปรียบเทียบราคาต่อวัน (เช่น PRO Plus ฿12,000/ปี เฉลี่ยวันละ 33 บาท สำหรับผู้ใช้งาน 10 คน)
- 3. Proof + Next Step (ยกหลักฐานและเสนอทางออกที่ทำได้ง่าย): เช่น เสนอนำข้อมูลตั้งต้นเข้าด้วยไฟล์ Excel Template หรืออาสานัดคุย 3 สายร่วมกับสำนักงานบัญชีของลูกค้า

💬 **ตัวอย่างรับมือ: 'ต้องถามสำนักงานบัญชีก่อน'**

- คำตอบที่ผิด: 'งั้นลองไปถามดูนะครับ ได้เรื่องอย่างไรค่อยโทรบอกผม'
- คำตอบที่ถูกต้องตามสูตร PEAK: 'ดีเลยครับ ปกติสำนักงานบัญชีเป็นคนสำคัญที่ต้องทำงานร่วมกันเลยครับ ไม่ทราบว่าตอนนี้ใช้สำนักงานบัญชีชื่อที่ไหนอยู่ครับ เผื่อเป็นพันธมิตรในเครือข่าย 2,800 แห่งของ PEAK อยู่แล้ว และเพื่อให้พี่บัญชีเห็นภาพตรงกัน เดี๋ยวผมส่งสรุปผังบัญชีและนัดคุยสั้นๆ 15 นาทีพร้อมพี่บัญชีในสัปดาห์นี้เลยดีไหมครับ?'

🎯 **Key Takeaway: ข้อโต้แย้งไม่ใช่การปฏิเสธ แต่คือสัญญาณว่าลูกค้า 'สนใจแต่ยังมีจุดที่ไม่มั่นใจ' หน้าที่เราคือคลายจุดที่ไม่มั่นใจนั้นด้วยข้อมูลจริง**

Slide 32/37 · บทที่ 10: การรับมือข้อโต้แย้ง · ลูกค้าบ่น · และคำห้ามพูด

การรับมือเมื่อลูกค้าหงุดหงิด บ่นระบบ หรือให้ Feedback เชิงลบ (หลัก LAST)

เปลี่ยนวิกฤตความไม่พอใจให้กลายเป็นความประทับใจในความเป็นมืออาชีพของทีม PEAK

🤝 **สูตร LAST เมื่อเจอสายลูกค้าบ่นหรือแจ้งปัญหา**

- L — Listen (ตั้งใจฟังให้จบโดยไม่ขัดจังหวะ): ปล่อยให้ลูกค้าระบายปัญหาให้ครบ จดรายละเอียด Error หรือขั้นตอนที่ติดขัด
- A — Acknowledge & Apologize (แสดงความเห็นอกเห็นใจและขออภัยในความไม่สะดวก): 'ต้องขออภัยในความไม่สะดวกที่เกิดขึ้นด้วยนะครับ เข้าใจเลยครับว่าช่วงเร่งปิดบิลถ้าติดขัดตรงนี้จะทำให้เสียเวลามาก'
- S — Solve / Clarify Scope (แยกแยะสาเหตุและเสนอทางแก้ที่ชัดเจน): แยกว่าเกิดจากการตั้งค่า, ข้อจำกัดของแพ็กเกจ หรือบั๊กของระบบ แล้วบอกขั้นตอนแก้ไขพร้อมกรอบเวลาที่ชัดเจน
- T — Track & Thank (ติดตามผลและขอบคุณสำหรับ Feedback): ส่งเรื่องต่อทีมที่เกี่ยวข้อง แจ้งอัปเดตลูกค้าตามสัญญา และขอบคุณที่ช่วยให้เราพัฒนาบริการดีขึ้น

🚫 **สิ่งที่ห้ามทำเมื่อลูกค้ากำลังอารมณ์เสีย**

- ห้ามโทษลูกค้าว่า 'คุณลูกค้ากดผิดเอง' หรือโยนความผิดให้ทีมอื่น ('ทีมเทคนิคทำช้าเองครับ')
- ห้ามรับปากว่าจะแก้ระบบหรือเพิ่มฟีเจอร์ใหม่ให้เสร็จภายในวันนั้นวันนี้อย่างเด็ดขาด
- ห้ามรับปากเรื่องการคืนเงิน (Refund) นอกเหนือนโยบายมาตรฐานของบริษัทโดยไม่ผ่านผู้จัดการ

🎯 **Key Takeaway: เมื่อลูกค้าอารมณ์ร้อน ให้จัดการที่ 'อารมณ์และความรู้สึก' ของลูกค้าก่อนเป็นอันดับแรก แล้วจึงค่อยจัดการที่ 'ตัวปัญหาทางเทคนิค'**

Slide 33/37 · บทที่ 10: การรับมือข้อโต้แย้ง · ลูกค้าบ่น · และคำห้ามพูด

กฎเหล็กคำต้องห้าม (Do-Not-Say Guardrails) ที่ต้องจำขึ้นใจ

คำพูดที่ผิดเพียงประโยคเดียว อาจสร้างความเสียหายทางภาษีให้ลูกค้าหรือทำให้บริษัทผิดสัญญา

🚫 **5 คำพูดต้องห้ามด้านผลิตภัณฑ์และภาษี**

1. ห้ามพูดว่า 'PEAK รองรับแค่คลังสินค้าเดียว' (ความจริง: รองรับหลายคลังตั้งแต่ BASIC ขึ้นไป และ PRO Plus/PREMIUM ไม่จำกัดคลัง)
2. ห้ามพูดว่า 'PEAK ไม่มีฟีเจอร์ปันส่วนต้นทุนนำเข้า / Landed Cost' (ความจริง: มีฟีเจอร์ใบปรับต้นทุนสินค้าใน Trial / PRO Plus / PREMIUM แล้ว)
3. ห้ามพูดว่า 'แพ็กเกจ BASIC หรือ PRO เปิดดูหน้าจอแดชบอร์ดกราฟ PEAK Board ได้' (ความจริง: ติดแท็กได้แต่ต้อง Export Excel; เปิดหน้าจอแดชบอร์ดได้เฉพาะ PRO Plus และ PREMIUM)
4. ห้ามพูดว่า 'PEAK ออกฟอร์ม ภ.ง.ด.54 หรือไฟล์ .txt ของ ภ.พ.30 ได้' หรือ 'ไม่รองรับ ภ.ง.ด.2' (ความจริง: ภ.ง.ด.2 รองรับเต็มรูปแบบ, ภ.ง.ด.54 บันทึกได้อย่างเดียว, ไฟล์ .txt มีเฉพาะ ภ.ง.ด.)
5. ห้ามพูดว่า 'เชื่อม Shopee/Lazada แล้วสต็อกจะวิ่งไปตัดหน้าร้านออนไลน์อัตโนมัติ' (ความจริง: ดึงออเดอร์เข้า PEAK ทางเดียวเพื่อออกบิลและตัดสต็อกใน PEAK)

🚫 **3 คำพูดต้องห้ามด้านราคา คู่แข่ง และเงื่อนไขการค้า**

6. ห้ามพูดว่า 'แพ็กเกจ PREMIUM ราคา 35,000 บาท เป็นโปรโมชันชั่วคราวลดจาก 48,000 บาท' (ความจริง: ฿35,000/ปี คือราคาถาวรปัจจุบัน)
7. ห้ามโจมตีคู่แข่งด้วยข้อมูลเก่าที่ผิด เช่น บอกว่า FlowAccount ไม่มีกระทบยอดธนาคาร, ไม่มี OCR, ไม่มี Payroll หรือไม่มี MCP
8. ห้ามให้คำแนะนำหลบเลี่ยงภาษีผิดกฎหมาย (เช่น แนะนำให้เปิดบิลปลอม หรือไม่เข้าระบบ VAT เมื่อรายได้เกิน 1.8 ล้านบาท)

🎯 **Key Takeaway: ถ้าไม่มั่นใจคำตอบข้อไหน ให้ใช้ประโยคทองคำ: 'เพื่อให้ข้อมูลทางบัญชีและภาษีถูกต้อง 100% ขอตรวจสอบกับทีมผู้เชี่ยวชาญแล้วแจ้งกลับภายในวันนี้ครับ'**

Slide 34/37 · บทที่ 11: ห้อง Slack · แบบฟอร์ม · และระบบปฏิบัติการภายใน

แผนผังห้อง Slack สำคัญ & กฎการแท็กทีมงาน

ทำงานไว ประสานงานถูกห้อง ไม่หลงทางตั้งแต่วันแรกที่เข้าทีม

💬 ห้อง Slack หลักที่ SDR และ Sales ต้องใช้งาน

1. #ae-sales-asc: ห้องหลักสำหรับทีม AE/Sales ประสานงานกับทีม Accounting Software Consultant (ASC) เพื่อปรึกษาเคสระบบและบัญชี
2. #match-afp-sme-parc: ห้องปัจจุบันสำหรับส่งเคสจับคู่สำนักงานบัญชีพันธมิตร (AFP) และประสานงานบริการเทรนนิ่ง/วางระบบกับทีม PARC (⚠️ หมายเหตุ: ห้องเดิมชื่อ #match-afp-sme ยกเลิกการใช้งานแล้ว ห้ามโพสต์ห้องเก่า!)
3. #allbusinessteams: ห้องประกาศข่าวสารสำคัญ อัปเดตฟีเจอร์ใหม่ โปรโมชัน และเป้าหมายรวมของทีมธุรกิจทั้งหมด

🏷️ ห้องประสานงานข้ามทีมและการใช้ Tag ที่ถูกต้อง

4. #sync-bd-ae-marketing: ห้องประสานงานแคมเปญการตลาด ลีดจากกิจกรรม/อีเวนต์ และการส่งต่อข้อมูลระหว่าง Marketing, BD และ Sales
5. #signature-business: ห้องสำหรับประสานงานด้านเอกสารสัญญา ใบเสนอราคาพิเศษ หรือเอกสารลงนามระดับองค์กร
- การแท็กกลุ่มงาน: เมื่อต้องการแจ้งเคสขึ้นระบบหรือส่งต่องานฝึกอบรม ให้ใช้แท็กมาตรฐาน เช่น @salesprogram, @sdr, @onboard ตามขั้นตอนของแต่ละห้อง

🎯 **Key Takeaway: จำให้แม่น: ห้องจับคู่สำนักงานบัญชีและประสานงาน PARC ปัจจุบันคือ #match-afp-sme-parc เท่านั้น**

Slide 35/37 · บทที่ 11: ห้อง Slack · แบบฟอร์ม · และระบบปฏิบัติการภายใน

ทะเบียนแบบฟอร์มภายใน · ลิงก์ส่งงาน · และเอกสารราชการที่ต้องรู้จัก

เมื่อปิดการขายได้ หรือลูกค้าขอเชื่อมระบบ/หาสำนักงานบัญชี ต้องส่งเรื่องผ่านช่องทางไหน

📝 แบบฟอร์มและช่องทางส่งเรื่องภายใน PEAK

1. ฟอร์มลงทะเบียน PARC Onboarding Training (หลังลูกค้าชำระเงินค่าเทรนนิ่ง): ส่งข้อมูลผ่าน Typeform https://form.typeform.com/to/FFEeejjr แล้วแจ้งในห้อง #match-afp-sme-parc
2. ฟอร์มค้นหาและจับคู่สำนักงานบัญชี (Accounting Firm Finder): ใช้บันทึกความต้องการของลูกค้า SME ที่กำลังมองหาสำนักงานบัญชีดูแลรายเดือน/ปิดงบ
3. การส่งต่อเคส PARC Consulting (วางระบบเชิงลึก ฿12k–฿70k): สรุปข้อมูลธุรกิจและปัญหาส่งปรึกษาทีม PARC (พี่เบียร์)
4. การขอเปิดใช้งาน Webhook (สำหรับลูกค้าที่เชื่อม Open API ใน PRO Plus/PREMIUM): ให้ลูกค้าส่งอีเมลแจ้งความประสงค์เปิด Webhook ตามขั้นตอนคู่มือ API

🏛️ เอกสารราชการและแบบฟอร์มมาตรฐานที่ลูกค้าพูดถึงบ่อย

- เอกสารกรมพัฒนาธุรกิจการค้า (DBD): หนังสือรับรองบริษัท, บอจ.5 (บัญชีรายชื่อผู้ถือหุ้น), งบการเงินประจำปี
- เอกสารกรมสรรพากร (RD): ภ.พ.20 (ใบทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่ม), ภ.พ.01/ภ.พ.09 (จด/เปลี่ยนแปลง VAT), ภ.พ.30, ภ.ง.ด.1/2/3/53/54, ภ.ง.ด.50/51 (ภาษีเงินได้นิติบุคคลครึ่งปีและประจำปี), หนังสือรับรองหัก ณ ที่จ่าย (50 ทวิ)
- เอกสารสำนักงานประกันสังคม (SSO): แบบ สปส.1-10 (นำส่งเงินสมทบประกันสังคมรายเดือน ซึ่งดึงจาก PEAK Payroll ได้)

🎯 **Key Takeaway: เมื่อลูกค้าส่งเอกสาร ภ.พ.20 หรือหนังสือรับรองบริษัทมาให้ออกใบกำกับภาษี เราต้องอ่านเลขประจำตัวผู้เสียภาษี 13 หลักและสาขา (สำนักงานใหญ่ / สาขาที่...) ได้อย่างแม่นยำ**

Slide 36/37 · บทที่ 12: แผนปั้นมืออาชีพ 5–90 วัน & ตารางเรียน SDR vs Sales

โครงสร้างการเรียนรู้แบบ Hybrid Action Learning (5–7 วันแรก vs 8–90 วัน)

เรียนทฤษฎีควบคู่ดูวิดีโอและลงสนามโทรจริงตั้งแต่วันที่ 5 — ไม่เน้นท่องจำอย่างเดียว

⚡ **ช่วงวันที่ 1–7 แรก: Intensive Core (50% เทรนนิ่ง : 50% ดูวิดีโอการใช้งาน)**

- เป้าหมายหลัก: เก็บเนื้อหาที่จำเป็นต่อการคุยกับลูกค้าให้จบภายใน 5–7 วันแรก เพื่อให้ทำงานไปและอบรมต่อยอดไปพร้อมกันได้
- สัดส่วนเวลาแต่ละวัน (Days 1–7): 50% เข้าเทรนนิ่งสด (Onsite 1-1 และ Online) + อีก 50% ของวัน ให้เรียนรู้ด้วยตัวเองผ่านวิดีโอการใช้งานโปรแกรมและลองกดสร้างเอกสารในระบบทดสอบ
- จุดเปลี่ยนสำคัญในวันที่ 5 (Day 5 Live Call Launch): ทั้ง SDR และ Sales เริ่มโทรหาลูกค้าจริงบางส่วนเพื่อทดลองสนามจริง แล้วนำสายที่โทรมาโค้ชแกะรอยแบบ 1-1

🚀 **ช่วงวันที่ 8–90 (15 / 30 / 45 / 60 / 90 วัน): 80% ทำงานจริง : 20–30% เทรนนิ่งต่อเนื่อง**

- เนื่องจากเนื้อหาทางบัญชี ภาษี และอุตสาหกรรมของ PEAK มีความลึกมาก จึงไม่ยัดเยียดให้จำหมดในสัปดาห์แรก แต่ใช้การเติมความรู้ต่อเนื่องทุกสัปดาห์
- สัดส่วนเวลาแต่ละวัน (Days 8–90): 70–80% ปฏิบัติงานจริง (โทรคัดกรอง / ทำ Demo / ติดตามใบเสนอราคา) + 20–30% เทรนนิ่งเพิ่มเติมผ่าน Onsite 1-1 และ Online
- หมายเหตุสำคัญ: แผนการฝึกอบรมนี้เน้นพัฒนาทักษะและความแม่นยำตามลำดับขั้น (ไม่มีการล็อกตัวเลข KPI ตายตัวในคู่มือ เนื่องจาก KPI อาจมีการปรับเปลี่ยนตามนโยบายแต่ละช่วงเวลา)

🎯 **Key Takeaway: หัวใจความสำเร็จของน้องใหม่ PEAK คือ ‘จบแกนหลักใน 5–7 วันแรก · กล้าโทรจริงตั้งแต่วันที่ 5 · และพัฒนาต่อเนื่องจากเคสจริงทุกสัปดาห์’**

Slide 37/37 · บทที่ 12: แผนปั้นมืออาชีพ 5–90 วัน & ตารางเรียน SDR vs Sales

สรุปชัดๆ: SDR เรียนถึงไหน/ข้ามอะไรได้ vs Sales เรียนทั้งหมดอย่างไร

จัดลำดับความสำคัญของสมองในสัปดาห์แรกให้ตรงกับบทบาทหน้าที่

🔵 **สำหรับ SDR: สิ่งที่ต้องแม่น 100% vs สิ่งที่ข้ามไปเรียนภายหลังได้**

- ต้องแม่น 100% ใน 5–7 วันแรก: ภาพรวมบริษัท/ความน่าเชื่อถือ, 5 Segments & 6 Personas, วิเคราะห์ธุรกิจลูกค้าเบื้องต้น (ขายอะไร/B2B-B2C/ช่องทางขาย), จุดตัด 6 แพ็กเกจ, เกณฑ์คัดกรอง Qualify-Out, การเปิดสาย + 4 คำถามขุด Pain, และกฎ ‘3 อย่างก่อนวางสาย’
- รู้ระดับคอนเซปต์พอ (ไม่ต้องลงลึกวิธีตั้งค่า): สมการบัญชี 5 หมวด, ความต่าง Tax Point สินค้า vs บริการ, ใบหัก ณ ที่จ่าย 3%/5%, และจุดเด่นเหนือคู่แข่ง
- ข้ามไปก่อนในสัปดาห์แรก (Skip for now): การตั้งค่าผังบัญชีเชิงลึก (Custom COA), การกดทำใบปรับปรุงบัญชี (JV) ซับซ้อน, การคำนวณปันส่วน PEAK Board หลายชั้น และการอ่าน API Documentation เชิงเทคนิค

🟢 **สำหรับ Sales (AE / Software Consultant): เรียนครบทั้งหมด 100% ตามลำดับขั้น**

- สัปดาห์ที่ 1 (Days 1–7): เรียนแกนหลักทั้งหมดเหมือน SDR + ลงมือสร้างเอกสารฝั่งรายได้-รายจ่าย-สต็อกในระบบจริง + เริ่มโทรหาลูกค้าจริงตั้งแต่วันที่ 5
- วันที่ 8–30: เจาะลึกการขุด Pain 11–14 ข้อ, การทำ Tailored Demo 30 นาที, การโชว์ขาบัญชี Dr/Cr และรายงานภาษี ภ.พ.30 / ภ.ง.ด., การจัดแพ็กเกจคู่บริการ PARC
- วันที่ 31–90: เชี่ยวชาญเคสซับซ้อนครบทั้ง 13 ประเภทธุรกิจ (Import Landed Cost, E-commerce API, Construction PR→PO, PEAK Board 4 มิติ) และการเจรจาปิดดีลระดับ PRO Plus / PREMIUM

🎯 **Key Takeaway: เมื่อพร้อมแล้ว ไปฝึกทำข้อสอบและจำลองสถานการณ์ทั้ง 5 รูปแบบได้ทันทีที่แท็บ ‘🎓 แบบทดสอบ & Roleplay’!**

ส่วนที่ 4: คลัง FAQ · คำห้ามพูด (Do-Not-Say) · ห้อง Slack · และแบบฟอร์มสำคัญ

- **ถาม:** PEAK รองรับหลายคลังสินค้า (Multi-Warehouse) และการโอนย้ายสินค้าระหว่างคลังไหม?
  ตอบ: รองรับครับ! (อัปเดตตั้งแต่ 28/10/2026) โดยรองรับตั้งแต่แพ็กเกจ BASIC ขึ้นไป: แพ็กเกจ BASIC และ PRO สร้างได้สูงสุด 10 คลังสินค้า ส่วนแพ็กเกจ PRO Plus และ PREMIUM สร้างได้ไม่จำกัดจำนวนคลัง พร้อมรองรับการออก 'ใบโอนย้ายสินค้า (Stock Transfer - PT)' ระหว่างคลัง (หมายเหตุ: หากต้องการให้ระบบตัดต้นทุนขายแบบ Perpetual FIFO อัตโนมัติ ต้องใช้แพ็กเกจ PRO ขึ้นไป และระบบยังไม่รองรับการระบุตำแหน่งชั้นวาง Bin/Location ระดับ WMS)
- **ถาม:** PEAK มีฟีเจอร์คำนวณต้นทุนแฝงนำเข้า (Landed Cost / ใบปรับต้นทุนสินค้า) ไหม?
  ตอบ: มีครับ! ฟีเจอร์ 'ใบปรับต้นทุนสินค้า (Cost Adjustment / Landed Cost)' เปิดใช้งานแล้วตั้งแต่ 08/07/2026 รองรับในห้องทดลองใช้ (Trial 30 วัน), แพ็กเกจ PRO Plus และ PREMIUM โดยสามารถนำค่าขนส่ง ค่าชิปปิ้ง ค่าอากรขาเข้า และค่าประกันภัย มาปันส่วนบวกเข้าต้นทุนสินค้าแต่ละล็อตได้ (เปิดให้ใช้ฟรีถึงสิ้นปี 2026 และในปี 2027 จะเป็นบริการเสริม Add-on ซึ่งยังไม่ได้ประกาศราคา)
- **ถาม:** แพ็กเกจ BASIC หรือ PRO สามารถเปิดดูหน้าจอแดชบอร์ดกราฟ PEAK Board ได้ไหม?
  ตอบ: ไม่ได้ครับ! ต้องแยกให้ชัดเจนว่า แพ็กเกจ e-Document (1 กลุ่ม), BASIC (1 กลุ่ม) และ PRO (2 กลุ่ม) สามารถ 'ติดแท็กกลุ่มจัดประเภท' บนใบเอกสารแล้วกด Export ออกมาดูในไฟล์ Excel ได้เท่านั้น แต่การกดเปิดดูหน้าจอแดชบอร์ดกราฟของโมดูล PEAK Board (รวมถึงการใช้ 4 กลุ่มจัดประเภทและการปันส่วนค่าใช้จ่าย Allocation) เปิดให้ใช้งานเฉพาะแพ็กเกจ PRO Plus และ PREMIUM เท่านั้นครับ
- **ถาม:** ระบบสต็อกของ PEAK คำนวณต้นทุนแบบถัวเฉลี่ย (Moving Average) หรือคุมเลข Serial / วันหมดอายุรายชิ้นได้ไหม?
  ตอบ: ไม่ได้ครับ ระบบสินค้าคงคลังของ PEAK คำนวณต้นทุนตามวิธีเข้าก่อน-ออกก่อน (FIFO - First-In, First-Out) เท่านั้น และยังไม่รองรับการคุมเลข Serial Number รายชิ้นหรือระบบแจ้งเตือนวันหมดอายุ (Expiry Date) รายล็อตอัตโนมัติ
- **ถาม:** PEAK รองรับธุรกิจโรงงานผลิตที่ต้องผูกสูตรการผลิต (BOM) หลายขั้นไหม?
  ตอบ: ไม่รองรับการผูกสูตรการผลิต (BOM) อัตโนมัติหรือการคำนวณต้นทุนงานระหว่างทำ (WIP) ครับ หากเป็นการประกอบหรือแพ็กสินค้าอย่างง่าย ลูกค้าสามารถทำรายการเบิกวัตถุดิบออกและรับสินค้าสำเร็จรูปเข้าคลังด้วยมือได้ แต่ถ้าเป็นโรงงานที่ต้องการ MRP/BOM เต็มรูปแบบ ควรคัดกรองออก (Qualify-Out)
- **ถาม:** PEAK รองรับแบบ ภ.ง.ด.2 และ ภ.ง.ด.54 หรือไม่?
  ตอบ: สำหรับ 'ภ.ง.ด.2' ระบบ PEAK รองรับเต็มรูปแบบครับ (ทั้งการบันทึก สร้างแบบฟอร์ม และออกไฟล์ .txt) ส่วน 'ภ.ง.ด.54' (การจ่ายเงินไปต่างประเทศ) ระบบรองรับเฉพาะการบันทึกข้อมูลทางบัญชีเท่านั้น ไม่สามารถกดสร้างแบบฟอร์ม ภ.ง.ด.54 จากระบบได้ครับ
- **ถาม:** สามารถ Export ไฟล์ .txt จาก PEAK ไปยื่นภาษีออนไลน์ (RD Prep) ได้ทุกแบบเลยไหม?
  ตอบ: ไฟล์ .txt สำหรับโปรแกรมโอนย้ายข้อมูลกรมสรรพากร (RD Prep) รองรับเฉพาะภาษีหัก ณ ที่จ่ายตระกูล ภ.ง.ด. ได้แก่ ภ.ง.ด.1, ภ.ง.ด.1ก, ภ.ง.ด.2, ภ.ง.ด.3 และ ภ.ง.ด.53 เท่านั้นครับ ส่วนภาษีมูลค่าเพิ่ม (ภ.พ.30) ระบบจะสรุปรายงานภาษีซื้อ-ภาษีขายและตัวเลขสำหรับกรอกแบบ ภ.พ.30 ให้ครบถ้วน แต่ไม่มีการออกไฟล์ .txt สำหรับ ภ.พ.30 ครับ
- **ถาม:** การหักภาษี ณ ที่จ่ายอิเล็กทรอนิกส์ (e-WHT 1%) ทำผ่านระบบ PEAK ได้โดยตรงไหม?
  ตอบ: มาตรการลดอัตราภาษีหัก ณ ที่จ่ายเหลือ 1% สำหรับระบบ e-WHT (ขยายเวลาถึง 31 ธันวาคม 2570) ขั้นตอนการหักและนำส่งเงินภาษีต้องทำธุรกรรมโอนเงินผ่านระบบ e-Withholding Tax ของธนาคารพาณิชย์ครับ ส่วนในระบบ PEAK จะใช้สำหรับบันทึกข้อมูลรายการหัก ณ ที่จ่ายนั้นเพื่อคุมบัญชีและกระทบยอดให้ถูกต้อง
- **ถาม:** ถ้าลูกค้าต้องการออกใบกำกับภาษีอิเล็กทรอนิกส์ (e-Tax) ต้องใช้แพ็กเกจไหน?
  ตอบ: ขึ้นอยู่กับรูปแบบที่ลูกค้าจดทะเบียนกับกรมสรรพากรครับ: 1) ถ้าเป็น 'e-Tax Invoice by Time Stamp' (ส่งผ่านอีเมล สำหรับกิจการที่มีรายได้ไม่เกิน 30 ล้านบาท/ปี) รองรับตั้งแต่แพ็กเกจ FREE ขึ้นไปทุกแพ็กเกจ · 2) ถ้าเป็น 'Full e-Tax Invoice & e-Receipt' (ลงลายมือชื่อดิจิทัลผ่านผู้ให้บริการ INET หรือ Leceipt) ต้องใช้แพ็กเกจ PRO Plus หรือ PREMIUM เท่านั้นครับ
- **ถาม:** แพ็กเกจ e-Document (2,500 บาท/ปี) มีแบบแบ่งจ่ายรายเดือนหรือรายไตรมาสไหม?
  ตอบ: ไม่มีครับ แพ็กเกจ e-Document จำหน่ายเฉพาะแบบรายปี 2,500 บาท/ปี (ไม่รวม VAT) เท่านั้น ส่วนแพ็กเกจ BASIC, PRO, PRO Plus และ PREMIUM มีให้เลือกทั้งแบบรายเดือน ราย 3 เดือน และรายปีครับ
- **ถาม:** ราคาแพ็กเกจ PREMIUM 35,000 บาท/ปี เป็นราคาโปรโมชันชั่วคราวหรือราคาปกติ?
  ตอบ: ราคา 35,000 บาท/ปี (หรือ 10,000 บาท/3 เดือน, 3,500 บาท/เดือน ไม่รวม VAT) เป็นราคาถาวรมาตรฐานในปัจจุบันครับ (ห้ามแจ้งลูกค้าว่าเป็นโปรโมชันลดจาก 48,000 บาทเด็ดขาด เพราะข้อมูลนั้นยกเลิกไปแล้ว)
- **ถาม:** ทดลองใช้งานฟรีได้กี่วัน และถ้าอัปเกรดแพ็กเกจระหว่างปีข้อมูลเดิมจะหายไหม?
  ตอบ: สร้างกิจการใหม่ทดลองใช้งานฟีเจอร์ระดับสูงได้ฟรี 30 วันครับ และเมื่อเลือกซื้อแพ็กเกจจริงหรือต้องการอัปเกรด

จากแพ็กเกจเล็กไปแพ็กเกจใหญ่ในอนาคต ข้อมูลเอกสารและบัญชีที่ทำไว้ทั้งหมดจะคงอยู่ครบถ้วน 100% ไม่ต้องเริ่มคีย์ใหม่ครับ

- **ถาม:** บริการสอนใช้งาน PARC Onboarding Training มีราคาเท่าไหร่บ้าง?
  ตอบ: เป็นการเรียนออนไลน์ตัวต่อตัวกับผู้เชี่ยวชาญ (ครั้งละ 2 ชั่วโมง ใช้งานภายใน 30 วัน) มี 3 แพ็กเกจมาตรฐานคือ: 1 ครั้ง ราคา 2,500 บาท | 3 ครั้ง ราคา 6,000 บาท | 5 ครั้ง ราคา 7,500 บาท (ไม่รวม VAT) ส่วนกรณีต้องการวางระบบบัญชีเชิงลึก (PARC Consulting) ราคาจะอยู่ที่ 12,000 – 70,000 บาทตามขอบเขตงานครับ
- **ถาม:** การเชื่อมต่อ Shopee / Lazada / TikTok Shop หรือ ZORT กับ PEAK ตัดสต็อกสองทางไหม?
  ตอบ: เป็นการดึงข้อมูลทางเดียว (One-Way Sync: Marketplace/ZORT → PEAK) ครับ คือเมื่อมีคำสั่งซื้อเกิดขึ้นบนแพลตฟอร์ม ระบบจะดึงข้อมูลเข้ามาสร้างเอกสารรายได้และตัดสต็อกภายในระบบ PEAK ตามสถานะออเดอร์ที่ตั้งค่าไว้ แต่ PEAK จะไม่ได้ส่งยอดสต็อกคงเหลือกลับไปปรับลดที่หน้าร้าน Shopee/Lazada/TikTok ครับ
- **ถาม:** ถ้าลูกค้าต้องการเชื่อมต่อ Open API และใช้งาน Webhook ต้องทำอย่างไร?
  ตอบ: ฟีเจอร์ Open API รองรับในแพ็กเกจ PRO Plus และ PREMIUM ครับ โดยนักพัฒนาของลูกค้าสามารถศึกษาคู่มือ API และออกรหัสเชื่อมต่อได้จากระบบ และหากต้องการเปิดใช้งาน Webhook ให้ส่งอีเมลแจ้งความประสงค์เปิดใช้งานตามขั้นตอนในคู่มือ API ได้เลยครับ
- **ถาม:** 🚫 [คำต้องห้าม #1] ห้ามพูดเรื่องคลังสินค้าและต้นทุนนำเข้าว่าอย่างไร?
  ตอบ: ห้ามพูดเด็ดขาดว่า 'PEAK รองรับแค่คลังสินค้าเดียว' (ความจริง: รองรับหลายคลังตั้งแต่ BASIC ขึ้นไป) และห้ามพูดว่า 'PEAK ไม่มีฟีเจอร์ปันส่วนต้นทุนนำเข้า Landed Cost' (ความจริง: มีฟีเจอร์ใบปรับต้นทุนสินค้าใน Trial / PRO Plus / PREMIUM แล้ว)
- **ถาม:** 🚫 [คำต้องห้าม #2] ห้ามพูดเรื่องแดชบอร์ด PEAK Board ว่าอย่างไร?
  ตอบ: ห้ามพูดว่า 'ซื้อแพ็กเกจ BASIC หรือ PRO ก็เปิดดูกราฟในหน้าจอ PEAK Board ได้' (ความจริง: BASIC/PRO ติดแท็กกลุ่มจัดประเภทเพื่อ Export Excel ได้เท่านั้น การเปิดดูหน้าจอแดชบอร์ด PEAK Board ต้องใช้ PRO Plus หรือ PREMIUM เท่านั้น)
- **ถาม:** 🚫 [คำต้องห้าม #3] ห้ามพูดโจมตีคู่แข่ง FlowAccount ด้วยข้อมูลเก่าเรื่องอะไร?
  ตอบ: ห้ามพูดเด็ดขาดว่า FlowAccount ไม่มีระบบกระทบยอดธนาคาร, ไม่มี OCR สแกนบิล, ไม่มีหลายสกุลเงิน, ไม่มีค้นหาเลขผู้เสียภาษี 13 หลัก, ไม่มีระบบเงินเดือน หรือไม่มี MCP (FlowAccount เปิดตัว MCP แล้วเมื่อ 24/07/2026) ให้เปรียบเทียบด้วยจุดแข็งจริงของ PEAK เท่านั้น
- **ถาม:** 🚫 [คำต้องห้าม #4] ห้ามให้คำแนะนำด้านภาษีหรือรับปากเรื่องการพัฒนาฟีเจอร์อย่างไร?
  ตอบ: ห้ามแนะนำวิธีหลบเลี่ยงภาษีที่ผิดกฎหมายสรรพากรเด็ดขาด และห้ามรับปากกำหนดการปล่อยฟีเจอร์ใหม่ (Roadmap/ETA) หรือรับปากว่าจะแก้ไขโค้ดเฉพาะรายให้ลูกค้าโดยไม่มีประกาศอย่างเป็นทางการจากทีม Product

=== แผนที่ห้อง Slack และแบบฟอร์มสำคัญ

- **#ae-sales-asc**: ห้องประสานงานหลักระหว่างทีมขาย (AE/Sales) กับทีมที่ปรึกษาซอฟต์แวร์บัญชี (ASC) (ใช้ถามเคสการใช้งานระบบเชิงลึก การตั้งค่าทางบัญชี หรือปรึกษาแนวทางแก้โจทย์ให้ลูกค้าก่อน/หลังทำ Demo)
- **#match-afp-sme-parc**: ห้องหลักปัจจุบันสำหรับส่งเคสจับคู่สำนักงานบัญชีพันธมิตร (AFP) และประสานงานบริการเทรนนิ่ง/วางระบบกับทีม PARC (เมื่อลูกค้า SME ต้องการหาสำนักงานบัญชีดูแล หรือเมื่อลูกค้าชำระค่าคอร์สเทรนนิ่ง PARC Onboarding / สนใจ PARC Consulting (⚠️ ห้ามใช้ห้องเก่า #match-afp-sme เพราะยกเลิกแล้ว))
- **#allbusinessteams**: ห้องประกาศข่าวสารรวมของทีมฝั่งธุรกิจทั้งหมด (Sales, SDR, Marketing, BD, CS, PARC) (ติดตามประกาศอัปเดตฟีเจอร์ใหม่ของผลิตภัณฑ์, ราคา/โปรโมชันทางการ, และข่าวสารระดับบริษัท)
- **#sync-bd-ae-marketing**: ห้องเชื่อมประสานงานระหว่างทีม Marketing, Business Development (BD) และทีมขาย (AE/SDR) (ติดตามแคมเปญการตลาด ลีดจากงานสัมมนา/อีเวนต์ และแจ้ง Feedback คุณภาพลีดกลับให้ทีมการตลาด)
- **#signature-business**: ห้องประสานงานด้านเอกสารสำคัญที่ต้องมีการลงนามอนุมัติ (เมื่อลูกค้าองค์กรขอเอกสารสัญญาพิเศษ, NDA, หรือเอกสารรับรองที่มีการลงนามโดยผู้มีอำนาจของบริษัท)
- **1. ฟอร์มลงทะเบียนเรียน PARC Onboarding Training (Typeform)** (https://form.typeform.com/to/FFEeejjr): ใช้กรอกส่งข้อมูลลูกค้าหลังจากลูกค้าชำระเงินค่าคอร์สเทรนนิ่งออนไลน์ (1 ครั้ง ฿2,500 / 3 ครั้ง ฿6,000 / 5 ครั้ง ฿7,500) เรียบร้อยแล้ว จากนั้นแจ้งในห้อง #match-afp-sme-parc
- **2. ฟอร์มส่งเคสจับคู่สำนักงานบัญชีพันธมิตร (Accounting Firm Finder)** (ส่งผ่านฟอร์มจับคู่สำนักงานบัญชี และโพสต์แจ้งในห้อง #match-afp-sme-parc): ระบุประเภทธุรกิจของลูกค้า จังหวัด/พื้นที่ งบประมาณค่าทำบัญชี และขอบเขตงานที่ต้องการ (ทำบัญชีรายเดือน / ปิดงบรายปี) เพื่อให้ทีมช่วยคัดเลือกสำนักงานบัญชีในเครือข่าย 2,800 แห่ง

- **3. ช่องทางส่งเคสวางระบบเชิงลึก PARC Consulting Service (฿12,000–฿70,000)** (ประสานงานผ่านห้อง #match-afp-sme-parc (ติดต่อทีม PARC / พี่เบียร์)): สำหรับลูกค้าที่มีโครงสร้างธุรกิจซับซ้อน ต้องการให้ผู้เชี่ยวชาญช่วยออกแบบผังบัญชี (COA), วางโครงสร้าง PEAK Board, หรือทำ Data Migration เชิงลึก ต้องส่งข้อมูลให้ทีมประเมิน Scope ก่อนเสนอราคาเสมอ
- **4. ขั้นตอนการขอเปิดใช้งาน Webhook สำหรับ Open API (PRO Plus / PREMIUM)** (ลูกค้าส่งอีเมลแจ้งความประสงค์เปิดใช้งานตามคู่มือ PEAK Open API): เมื่อลูกค้าอยู่บนแพ็กเกจ PRO Plus หรือ PREMIUM และต้องการรับแจ้งเตือนข้อมูลแบบ Real-time ผ่าน Webhook ให้แนะนำขั้นตอนการส่งอีเมลแจ้งเปิดสิทธิ์ตามเอกสาร API
- **5. เอกสารราชการของลูกค้าที่ใช้ตรวจสอบก่อนออกใบเสนอราคา/ใบกำกับภาษี** (หนังสือรับรองบริษัท (DBD) และ ใบทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่ม ภ.พ.20 (กรมสรรพากร)): ใช้ตรวจสอบชื่อนิติบุคคลที่ถูกต้อง เลขประจำตัวผู้เสียภาษี 13 หลัก ที่อยู่จดทะเบียน และรหัสสาขา (สำนักงานใหญ่ 00000 หรือสาขาที่...) เพื่อออกเอกสารให้ถูกต้องตั้งแต่ใบแรก