ธรรมนิติ
DHARMNITI
www.dst.co.th
www.dst.co.th/facebook

บริษัท ฝึกอบรมและสัมมนาธรรมนิติ จำกัด
DHARMNITI SEMINAR AND TRAINING CO.,LTD.
178 อาคารธรรมนิติ ชั้น 4 ซอยเพิ่มทรัพย์ (ประชาชื่น 20) ถ.ประชาชื่น
แขวงบางซื่อ เขตบางซื่อ กรุงเทพฯ 10800 TAX ID 010-553-300-1556

สงวนลิขสิทธิ์ 21/3201

Scan
เพื่อจองสัมมนา

Key Account Management

กลยุทธ์การรักษาลูกค้ารายสำคัญ

...รักษาลูกค้ารายสำคัญให้อยู่กับองค์กรตลอดไป...

- ☑ ใคร... คือ ลูกค้ารายสำคัญและสำคัญอย่างไรกับธุรกิจ
- ☑ 4 ขั้นตอนในการนำ Key Account Management : KAM มาประยุกต์ใช้
- ☑ Workshop จัดทำแผนกลยุทธ์บริหารลูกค้า ให้คงความ Loyalty กับองค์กรตลอดไป

พิเศษ!!!
สำรองที่นั่งพร้อมชำระค่าอบรมภายใน
วันที่ 20 พ.ย. 63 ลดทันที!!! 400 บาท
พร้อมรับบัตร Starbuck 100 บาท

Promotion
2 ท่าน ลด 500 บาท
3 ท่าน ลด 1,000 บาท
4 ท่าน รับฟรีสมาชิกวารสาร HR 1 ปี พร้อมส่วนลด

วิทยากร
ดร.สุรชัย โฆษิตบวรชัย
- ผู้อำนวยการสถาบันที่ปรึกษาพัฒนาธุรกิจ
- คณะกรรมการสถาบันเพิ่มขีดความสามารถมนุษย์ สภาอุตสาหกรรม

กำหนดการสัมมนา
วันอังคารที่ 1 ธันวาคม 2563
(เวลา 09.00 - 16.00 น.)
ณ โรงแรมอินเตอร์คอนติเนนตัล กรุงเทพฯ
(ถ.เพลินจิต) รถไฟฟ้า BTS สถานีชิดลม

อัตราค่าสัมมนาท่านละ
สมาชิกวารสารธรรมนิติ (Tax, HR)
5,900 + VAT 413 = 6,313 บาท
บุคคลทั่วไป
6,900 + VAT 483 = 7,383 บาท
(รวมเอกสาร ชา กาแฟ อาหารว่าง อาหารกลางวัน)

สงวนลิขสิทธิ์ 21/3201

กลยุทธ์การเก็บรักษาลูกค้ารายสำคัญด้วย Key Account Management

หัวข้อสัมมนา

1. ความหมายและที่มาของแนวคิด Key Account Management : KAM
2. ทำไมต้องเก็บรักษาลูกค้ารายสำคัญ
3. ใคร?... คือ ลูกค้ารายสำคัญและสำคัญอย่างไรกับธุรกิจ
4. การเตรียมความพร้อมขององค์กรเพื่อให้บริการลูกค้ารายสำคัญ
   - ใครบ้างที่มีบทบาทในการบริหารลูกค้ารายสำคัญ
   - บทบาทและหน้าที่ของ Key Account Manager
   - ทีมกลยุทธ์ในการดูแลลูกค้ารายสำคัญ Key Account Management Team
5. ประโยชน์ของ Key Account Management : KAM ต่อองค์กร
6. กลยุทธ์การบริหารลูกค้ารายสำคัญ key account management ด้วย Strategy: S-T-A-R Model by Dr.Surachai
   - 6.1 การค้นหาลูกค้ารายสำคัญด้วยการแบ่งประเภท
     - การสำรวจเชิงปริมาณและมูลค่า
     - การจัดระดับความสำคัญของลูกค้า ด้วยกฎ 20:80
     - Workshop การแบ่งประเภทของลูกค้า
   - 6.2 วิเคราะห์ความต้องการของลูกค้ารายสำคัญ
     - การวิเคราะห์ลูกค้าตามแนวคิดการตลาด (Customer marketing concept)
     - การทำแผนภาพสำรวจเส้นทางของลูกค้า Customer Journey เพื่อค้นหาความต้องการและความคาดหวังของลูกค้ารายสำคัญเพื่อสร้างมูลค่าให้กับลูกค้า
   - 6.3 การบริหารลูกค้ารายสำคัญ
     - 4 ขั้นตอนในการนำ KAM มาประยุกต์ใช้
     - เรียนรู้ธุรกิจของลูกค้ารายสำคัญ แผนการตลาดของลูกค้า ผู้มีอำนาจตัดสินใจของลูกค้า
     - การรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relationship Management : CRM)
     - Workshop การจัดทำแผนกลยุทธ์บริหารลูกค้าให้คงความ Loyalty กับองค์กรตลอดไป
7. การติดตามและประเมินผลการเปลี่ยนแปลงจากการทำ Key Account Management : KAM
8. การติดตามผลและการพัฒนาความยั่งยืนของธุรกิจ
9. กรณีศึกษาการรักษาลูกค้ารายสำคัญของบริษัทต่างๆ
   - กรณีศึกษาบริษัทในประเทศไทย
   - กรณีศึกษาบริษัทในต่างประเทศ
10. ถาม-ตอบ

ห้ามบันทึกเทป !!!
รวมถึงอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ทุกชนิด

ชำระค่าสัมมนาเป็น เงินสด หรือ เช็ค สั่งจ่ายในนาม บริษัท ฝึกอบรมและสัมมนาธรรมนิติ จำกัด
178 อาคารธรรมนิติ ชั้น 4 ซอยเพิ่มทรัพย์ (ประชาชื่น20) ถ.ประชาชื่น แขวงบางซื่อ เขตบางซื่อ กรุงเทพฯ 10800
เลขประจำตัวผู้เสียภาษี 010-553-300-1556 (สำนักงานใหญ่) (กรณีไม่มีหนังสือรับรองหัก ณ ที่จ่าย ต้องชำระเต็มจำนวน) งดรับเช็คส่วนตัว

ยิ่งอบรมมาก ยิ่งเสียภาษีน้อย ค่าอบรมสามารถลงรายจ่ายได้เพิ่มขึ้นถึง 200%

สำรองที่นั่งได้ที่ โทรศัพท์ 02-555-0700 กด 1, 02-587-6860-4 โทรสาร 02-555-0710