



Customer Approach

Drive a Business Forward

ขับเคลื่อนธุรกิจ ด้วยเทคนิคการเข้าถึง **ลูกค้าเป้าหมาย**

ลูกค้าติด (ใจ) ธุรกิจเติบโตท่ามกลางความเปลี่ยนแปลง

- ◆ รู้เท่าทันปัญหาที่เกิดขึ้นจากความเปลี่ยนแปลงของลูกค้า ส่งผลอย่างไรต่อธุรกิจ
- ◆ เทคนิคการเข้าถึง วิเคราะห์พฤติกรรม และค้นหาความต้องการของลูกค้าเป้าหมายที่ไม่ควรพลาด
- ◆ เข้าถึง 10 Lifestyle ของลูกค้าที่ทุกธุรกิจต้องเจอ!! พร้อม Case Study
- ◆ ออกแบบกลยุทธ์เพื่อสร้าง Value สูงสุด ที่องค์กรนำไปใช้ได้จริง
- ◆ ร่วมแบ่งปันประสบการณ์จริงที่ผู้เข้าอบรมเคยพบเกี่ยวกับลูกค้า

Promotion

2 ท่าน ลด 500 บาท

3 ท่าน ลด 1,000 บาท

(หลักสูตรเดียวกัน/ ใบเสร็จรับเงินฉบับเดียวกัน/ ไม่รวมโปรโมชั่นอื่น)

ดร.เชนฉัตร แฉงอนกิจ

วิทยากร

คุณประสงค์ รุ่งสมัยทอง



- อดีตผู้จัดการฝ่ายขาย บริษัทเอกชนชั้นนำ
- อาจารย์วิชาการบริหาร การตลาดขั้นสูง มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

- ที่ปรึกษาประธานกิตติคุณ ด้านความรู้สึก Advisor to Chairman Emeritus for Feelings บมจ. ธนาคารกสิกรไทย



กำหนดการสัมมนา

วันศุกร์ที่ 27 พฤศจิกายน 2563

เวลา 9.00 - 16.00 น.

โรงแรมแกรนด์ เมอร์เคียว ฟอรั่ม

ถ.รัชดาฯ (รถไฟฟ้า MRT สถานีพระราม 9)

อัตราค่าสัมมนา

สมาชิกวารสารธรรมนิติ (Tax, HR)

4,200 + VAT 294 = 4,494 บาท

บุคคลทั่วไป

4,900 + VAT 343 = 5,243 บาท

(รวมเอกสาร ซา กาแฟ อาหารว่าง อาหารกลางวัน)

Early Bird

สำรองที่นั่งภายใน

6 พ.ย. 63

ลดทันที 200 บาท !!

Customer Approach : Drive a Business Forward

Section 1 : ความจำเป็นและที่มา

1. เหตุผลและความจำเป็นในการวิเคราะห์ “ความเปลี่ยนแปลง” ของลูกค้า และผู้บริโภคในภาพรวม
2. เทรนด์และรูปแบบของทัศนคติ แนวคิด และพฤติกรรมของลูกค้าที่เปลี่ยนแปลง
3. ความเปลี่ยนแปลงของลูกค้ากับการวิเคราะห์ผลกระทบต่อธุรกิจ 360 องศา พร้อมกรณีตัวอย่าง

Section 3 : เทคนิคการเข้าถึงลูกค้าอย่างตรงเป้าหมาย

5. เทคนิคการวิเคราะห์พฤติกรรม และค้นหาความต้องการของลูกค้า ให้สอดคล้องกับธุรกิจ
 - การจัดทำ Customer Journey
 - การกำหนด Customer Persona
 - การวิเคราะห์และแก้ปัญหา Pain Points
 - การนำเสนอกลยุทธ์ตาม Customer Journey Mapping
6. เทคนิคการบริหารและสร้างประสบการณ์เชิงบวกของลูกค้า สู่การเข้าถึงลูกค้าอย่างตรงเป้าหมาย
 - การจัดทำ Customer Experience
 - กลยุทธ์ในการบริหารประสบการณ์ลูกค้า
 - การประยุกต์ใช้ Customer Experience เพื่อบริหารงานด้านการตลาด
7. เทคนิคในการเข้าถึง (Approach) กลุ่มลูกค้าแต่ละประเภท ทำอย่างไรให้ได้ใจมาก่อน
 - เทคนิคการสื่อสารเพื่อชนะใจลูกค้า
 - เทคนิคการตอบข้อโต้แย้งของลูกค้าแต่ละประเภท
 - การกำหนดบทพูดขายในแต่ละสถานการณ์
8. การออกแบบกลยุทธ์ธุรกิจและการตลาด ตามความต้องการของลูกค้า เพื่อสร้าง Value ที่สูงสุด

Section 2 : การวิเคราะห์ความเปลี่ยนแปลง

4. การวิเคราะห์และจัดกลุ่มประเภทลูกค้า เพื่อรับมือกับ “ความเปลี่ยนแปลงของสถานการณ์ปัจจุบัน” อย่างเหมาะสม
 - สาเหตุที่การเข้าถึงพฤติกรรมลูกค้าจึงมีความสำคัญอย่างสูงต่อธุรกิจ
 - ข้อจำกัดของการแบ่งลูกค้าตามการแบ่งส่วนตลาด (Segmentation) และจัดแบ่งกลุ่มประเภทที่ไม่เหมาะสมกับพฤติกรรมความเปลี่ยนแปลงของลูกค้าในปัจจุบัน
 - ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมและการตัดสินใจของลูกค้าในยุคดิจิทัล

Section 4 : Case Study & Workshop

9. เข้าถึง 10 Lifestyle ของลูกค้าที่ทุกองค์กรต้องเจอ !!

พร้อม CASE STUDY

1. ลูกค้ารักสะดวก (Easiness)
2. ลูกค้านักวางแผน (Cautious Planner)
3. ลูกค้าใจร้อน (Short Temper)
4. ลูกค้าสายประหยัด (Economical)
5. ลูกค้าชอบความหลากหลาย (Diversity)
6. ลูกค้านักกิจกรรม (Activist)
7. ลูกค้านักทดลอง (Inspired Adventurer)
8. ลูกค้าเกาะกระแส (Trend Enthusiast)
9. ลูกค้านักดิจิทัล (Digital Enthusiast)
10. ลูกค้าภักดีต่อแบรนด์ (Brand Loyalty)

Highlight

10. Workshop : การหาลูกค้าเป้าหมายที่ใช่ และสร้างเทคนิคการขายของตนเอง

ชำระค่าสัมมนาเป็น เงินสด หรือ เช็ค สั่งจ่ายในนาม บริษัท พิภพธรรมและสัมมนาธรรมนิติ จำกัด
178 อาคารธรรมนิติ ชั้น 4 ซอยเพิ่มทรัพย์ (ประชาชื่น 20) ก.ประชาชื่น แขวงบางซื่อ เขตบางซื่อ กรุงเทพฯ 10800
เลขประจำตัวผู้เสียภาษี 010-553-300-1556 (สำนักงานใหญ่) (กรณีไม่มีหนังสือรับรองหัก ณ ที่จ่าย ต้องชำระเต็มจำนวน) จดรับเช็คส่วนตัว

ยิ่งอบรมมาก ยิ่งเสียภาษีน้อย ค่าอบรมสามารถลงรายจ่ายได้เพิ่มขึ้นถึง 200%

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