

Decode the Marketing Techniques for Business Driving

ถอดรหัสการตลาด ให้ฉลาดทันธุรกิจ

อาจารย์วิชาวุธ จริงจิตร

DECODE THE MARKETING TECHNIQUES FOR BUSINESS DRIVING

Course ID	Course Name	Time
	Decode the Marketing Techniques for Business Driving	2 วัน

หลักการและเหตุผล

การตลาด เป็นองค์ประกอบสำคัญอย่างหนึ่งที่จะช่วยองค์กรให้เจริญเติบโตและประสบความสำเร็จในระยะยาวได้ หากบุคลากรทุกฝ่ายสามารถสนับสนุนงานเพื่อผลักดันให้การตลาดประสบความสำเร็จได้มากเท่าไร องค์กรก็จะเติบโตได้มากขึ้นเท่านั้น

ธุรกิจที่ประสบความสำเร็จส่วนใหญ่ มักจะให้ความสำคัญกับเรื่องการตลาดและงานขาย โดยให้ทุกหน่วยงานขององค์กรได้มีส่วนร่วมในการเสนอข้อคิดเห็นทางด้านการตลาดจากมุมมองของหน่วยงานตนเอง เพื่อให้ได้มุมมองที่กว้างขึ้น และสามารถวางแผนการปฏิบัติงานเพื่อตอบสนองการตลาดได้จริง และเป็นรูปธรรม

หลักสูตรนี้ จึงมุ่งเน้นการสร้างความเข้าใจในแนวคิดทางการตลาด ว่าหน่วยงานที่สนับสนุนจะสามารถมีส่วนร่วมในความสำเร็จของการตลาดได้อย่างไร ผ่านการคิดนอกกรอบเล็กๆ จากหน่วยงานที่ไม่ได้เกี่ยวข้องกับฝ่ายขายและฝ่ายการตลาด อาจเป็น Big Idea ที่ทำให้สินค้าหรือวิธีการบริการลูกค้า ให้กลายเป็น Unique Selling Point ของบริษัทฯ ซึ่งทำให้บริษัทฯ แตกต่างจากคู่แข่งได้

วัตถุประสงค์

1. เพื่อให้ผู้เข้าอบรมมีความรู้ ความเข้าใจ ในหลักการตลาดที่จะสนับสนุนกับหน่วยงานต่างๆ
2. เพื่อให้ผู้เข้าอบรมมีความรู้ ความเข้าใจในองค์ประกอบสำคัญของการตลาดที่จะช่วยให้ประสบความสำเร็จได้
3. เพื่อให้ผู้เข้าอบรมสามารถเสนอแนะมุมมอง และข้อคิดเห็นที่จะช่วยสร้างความแตกต่าง และส่งเสริมการตลาดและการขายได้

หัวข้อการบรรยาย

ส่วนที่ 1: Can do attitude

- ตัวอย่างการขาย และการตลาดที่ประสบความสำเร็จ
- ทุกอย่างเป็นไปได้ ถ้าทัศนคติเปลี่ยน

ส่วนที่ 2: การขายและการตลาดแตกต่างกันอย่างไร

ส่วนที่ 3: ทฤษฎีการตลาดเบื้องต้น

- Marketing Mix (4P & 4C Concept)
- แนวคิดเรื่อง STP
 - Segment
 - Target
 - Positioning
- Product Life Cycle
- ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค (AIETA)
- Branding
- Top of Mind Products / Brand

ส่วนที่ 4: การหา Key Messages ในการขาย

ส่วนที่ 5: กฎ 3 ข้อ ของการเป็น "Followers" ที่ประสบความสำเร็จ

ส่วนที่ 6: การกำหนดกลยุทธ์การตลาดและการขาย

- Strategy vs. Tactic
- หลักการคิดเรื่อง "กลยุทธ์"

ส่วนที่ 7: Sales Talk "จั้นเทพ"

- Feature
- Benefit
- Advantage

ส่วนที่ 8: 60 กลยุทธ์การตลาดที่ใช้ได้จริง

กิจกรรมและ Workshop สำหรับการฝึกอบรม

Workshop	ผลที่คาดว่าจะได้รับ
<p>Activity 1 : คุณจะทำขายสินค้าตัวนี้ได้มั๊ย?</p> <ul style="list-style-type: none"> ผู้เข้าอบรมแบ่งกลุ่มช่วยกันหาวิธีขายสินค้าที่ไม่มีอยู่จริง ซึ่งวิทยากรเป็นผู้กำหนดให้ 	<ul style="list-style-type: none"> เข้าใจในทฤษฎีการตลาดเบื้องต้น และให้มีความเชื่อว่า "ทุกอย่างในโลกย่อมขายได้"
<p>Activity 2 : ปรอทวิตไฉยอดขาย</p> <ul style="list-style-type: none"> ผู้เข้าอบรมฝึกตรวจวัดยอดขายของตน เพื่อดูว่ายอดขายดี หรือไม่ดีในระดับรุนแรงแค่ไหน 	<ul style="list-style-type: none"> วัดระดับยอดขายที่คิดว่าดี หรือไม่ดี อย่างเป็นรูปธรรม
<p>Activity 3 : สินค้าของคุณแตกต่างจากคู่แข่งอย่างไร?</p> <ul style="list-style-type: none"> ผู้เข้าอบรมระดมสมองหาข้อแตกต่างของสินค้าจริงๆ ของบริษัท เมื่อเทียบกับสินค้าของบริษัทอื่น 	<ul style="list-style-type: none"> ค้นพบความแตกต่างของสินค้าเรา กับ สินค้าคู่แข่ง ค้นพบ Selling Point เพื่อนำเสนอในการขายการตลาดได้
<p>Activity 4 : Key Messages</p> <ul style="list-style-type: none"> ผู้เข้าอบรมฝึกสร้าง Key Message เพื่อการทำกรสื่อสารให้กับลูกค้า 	<ul style="list-style-type: none"> มุมมองการตลาด และฝึกวางแผนการตลาด เพื่อการนำเสนอสู่ผู้บริโภค
<p>Activity 5 : เทคนิคจัดข้อโต้แย้ง</p> <ul style="list-style-type: none"> ผู้เข้าอบรมระดมสมองเพื่อนำข้อโต้แย้งที่ฝ่ายขายมักเจอบ่อยๆ มาหาวิธีรับมือ และตอบสนองที่ดีที่สุด โดยสรุปออกมาเป็น Keyword เพื่อให้ทุกคนสามารถตอบสนองข้อโต้แย้งในรูปแบบมาตรฐานเดียวกันได้ 	<ul style="list-style-type: none"> Keywords การตอบข้อโต้แย้งของลูกค้า เพื่อนำไปใช้จริง

กลุ่มเป้าหมาย

1. พนักงานทุกระดับ
2. หัวหน้างานทุกระดับ

รูปแบบการฝึกอบรม

- ระยะเวลารวม 2 วัน (12 ชั่วโมง)
- บรรยาย และกิจกรรม Workshops

ผลที่ได้รับจากการฝึกอบรม

พัฒนา	แก้ปัญหา
<ul style="list-style-type: none">• การนำเสนอจุดขายใหม่ๆ จากมุมมองของคนที่อยู่ในจุดบริการที่แตกต่างกัน• มุมมองทางการตลาดใหม่ๆ ขององค์กร ให้มีมิติที่กว้างและลึกยิ่งขึ้น• การพัฒนาการทำงานในหน่วยงานของตนให้สอดคล้องกับกลยุทธ์การตลาดได้	<ul style="list-style-type: none">• กลยุทธ์การตลาดกับการทำงานของหน่วยงานต่างๆ ไม่สอดคล้องกัน• การใช้กลยุทธ์การตลาดแบบซ้ำเติม เพราะขาดมุมมองใหม่ๆ ที่เปิดกว้าง

กำหนดการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ

หลักสูตร Decode the Marketing Techniques for Business Driving

วันที่ 1

เวลา	รายละเอียดกิจกรรมของหลักสูตร
9.00 น.	ส่วนที่ 1: Can do attitude <ul style="list-style-type: none">ตัวอย่างการขาย และการตลาดที่ประสบความสำเร็จทุกอย่างเป็นไปได้ ถ้าทัศนคติเปลี่ยน ส่วนที่ 2: การขายและการตลาดแตกต่างกันอย่างไร
10.30 น.	พักเบรก 15 นาที
10.45 น.	ส่วนที่ 3: ทฤษฎีการตลาดเบื้องต้น <ul style="list-style-type: none">Marketing Mix (4P & 4C Concept)แนวคิดเรื่อง STP<ul style="list-style-type: none">SegmentTargetPositioningProduct Life Cycleทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค (AIETA)BrandingTop of Mind Products / Brand
12.00 น.	พักรับประทานอาหารกลางวัน
13.00 น.	ส่วนที่ 4: การหา Key Messages ในการขาย Activity 1 : คุณจะขายสินค้าตัวนี้ได้มั๊ย? Activity 2 : พรอหวัดไฉยอดขาย
14.30 น.	พักเบรก 15 นาที
14.45 น.	ส่วนที่ 5: กฎ 3 ข้อ ของการเป็น "Followers" ที่ประสบความสำเร็จ
16.00 น.	ถาม - ตอบ แลกเปลี่ยนความคิดเห็น / ปิดการอบรมวันที่ 1
16.00 น.	ถาม - ตอบ แลกเปลี่ยนความคิดเห็น / ปิดการอบรม

กำหนดการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ

หลักสูตร Decode the Marketing Techniques for Business Driving

วันที่ 2

เวลา	รายละเอียดกิจกรรมของหลักสูตร
9.00 น.	ส่วนที่ 6: การกำหนดกลยุทธ์การตลาดและการขาย <ul style="list-style-type: none">• Strategy vs. Tactic• หลักการคิดเรื่อง "กลยุทธ์" Activity 3 : สินค้าของคุณแตกต่างจากคู่แข่งอย่างไร?
10.30 น.	พักเบรก 15 นาที
10.45 น.	ส่วนที่ 7: Sales Talk "ขั้นเทพ" <ul style="list-style-type: none">• Feature• Benefit• Advantage Activity 4 : Key Messages
12.00 น.	พักรับประทานอาหารกลางวัน
13.00 น.	Activity 5 : เทคนิคจัดซื้อโต้แย้ง
14.30 น.	พักเบรก 15 นาที
14.45 น.	ส่วนที่ 8: 60 กลยุทธ์การตลาดที่ใช้ได้จริง
16.00 น.	ถาม - ตอบ แลกเปลี่ยนความคิดเห็น / ปิดการอบรม