

# Sales Analysis for Sales Opportunity

อาจารย์ธเนศ ตั้งเจริญมั่นคง

## SALES ANALYSIS FOR SALES OPPORTUNITY

Course ID	Course Name	Time
	Sales Analysis for Sales Opportunity	6 ชั่วโมง

### หลักการและเหตุผล

ท่ามกลางการแข่งขันที่สูงมากขึ้นทุกวัน และการตลาดที่แข่งขันกันอย่างดุเดือด การอาศัยเพียงความเป็นองค์กรขนาดใหญ่ หรือเป็นแบรนด์ดังที่ใคร ๆ ก็รู้จัก อาจไม่ช่วยให้สร้างยอดขายอย่างต่อเนื่อง และราบรื่นดังเดิมได้อีกต่อไป หากเราไม่สามารถวิเคราะห์ตลาด และมองหาโอกาสในการขายให้เจอได้ ลูกค้าของเราก็พร้อมจะมองหาทางเลือกใหม่ ๆ ที่ช่วยสร้างผลตอบแทนหรือมีประโยชน์กับเขามากกว่าได้อยู่เสมอ

หลักสูตรนี้จึงได้ออกแบบขึ้นเพื่อให้ผู้เข้าอบรมเข้าใจแนวทางการวิเคราะห์ยอดขายให้เห็นทั้งความเสี่ยงและโอกาสในการขาย สามารถประเมินสถานการณ์และแบ่งประเภทลูกค้า เพื่อเสนอแนวทางสร้างกลยุทธ์ในการเพิ่มยอดขายได้อย่างสมเหตุสมผล ผ่านกระบวนการเรียนรู้แบบ Consultative Workshop ที่ผู้เรียนจะได้เรียนรู้ทั้งแนวคิดและหลักการไปพร้อม ๆ กับการฝึกคิดวิเคราะห์จากโจทย์จริงขององค์กร และรับคำแนะนำเพื่อการปรับปรุงวิธีคิด / กลยุทธ์ให้เหมาะสมจากวิทยากร / ที่ปรึกษามากประสบการณ์ เพื่อให้ได้แผนที่พร้อมนำไปใช้จริงได้มากที่สุด

### วัตถุประสงค์

1. เพื่อให้ผู้เข้าอบรมตระหนักถึงความสำคัญของการวิเคราะห์สถิติการขายก่อนนำเสนอขาย
2. เพื่อให้ผู้เข้าอบรมมีความรู้ ความเข้าใจในวิธีการวิเคราะห์สถิติยอดขายรายลูกค้า
3. เพื่อให้ผู้เข้าอบรมสามารถวิเคราะห์และออกแบบแนวทางการเพิ่มยอดขายของร้านค้าที่ตนดูแลอยู่ได้

## หัวข้อการบรรยาย

ส่วนที่ 1: การวิเคราะห์การขาย..เพื่อให้เห็นโอกาสการทำยอดขายที่ชัดเจน

- การวิเคราะห์การขาย คืออะไร / ทำไมจึงสำคัญ
- เราสามารถวิเคราะห์อะไรได้บ้าง
- ข้อมูลภายในและข้อมูลภายนอก
- เราใช้ข้อมูลภายใน 95% เพื่อจะวิเคราะห์โอกาสของการทำยอดขาย
- ตัวเลข - ข้อมูล - ความหมาย - แนวทางปฏิบัติ

ส่วนที่ 2: 80/20 โอกาสการขาย / ความเสี่ยง / เทคนิควิเคราะห์ลูกค้ากลุ่ม A, B, C

- ลูกค้าศักยภาพ...ในฐานะลูกค้าปัจจุบัน
- แผนกลยุทธ์แนวทางปฏิบัติสำหรับลูกค้าแต่ละประเภทแต่ละกลุ่ม

ส่วนที่ 3: เครื่องมือวิเคราะห์โอกาสการขายที่เป็นไปได้

- โอกาสจากสถิติยอดขาย
  - กลุ่มสินค้าที่มียอดขายเท่ากับศูนย์
  - กลุ่มสินค้าที่มียอดขายต่ำ
  - กลุ่มสินค้าที่มียอดขายสูง
- โอกาสการขายจากประเภทลูกค้า
  - การวิเคราะห์โอกาสการขายจากประเภทลูกค้า
  - เข้าใจโครงสร้างฐานลูกค้า
- โอกาสการขายของแต่ละกลุ่มสินค้า - จากยอดขายรายลูกค้า
- โอกาสของการขายจากสถิติยอดขายสินค้าแต่ละกลุ่ม - ส่วนแบ่งการตลาด
- โอกาสของการขายจากสถิติ 12 เดือน - เทียบเป้าหมาย - ลูกค้า
- โอกาสการขายจากส่วนแบ่งการขายแต่ละลูกค้า / ศักยภาพการเติบโตของลูกค้า
- โอกาสของการขายจากการวิเคราะห์ยอดขายจริง 6 และ 12 เดือน
- โอกาสยอดขายจากส่วนแบ่งการขาย / ขนาดตลาดในแต่ละช่องทาง - รายลูกค้า
- โอกาสของการขายจากส่วนแบ่งของช่องทางขนาดตลาดรายพื้นที่
  - ส่วนแบ่งการตลาดรายช่องทาง / ยอดขายรายช่องทาง / จำนวนลูกค้า
  - วิธีคำนวณหาขนาดตลาด / และส่วนแบ่งการตลาดของเรา
  - โอกาสทางการขายจาก market share ส่วนแบ่งการตลาด
- โอกาสการทำยอดขายจากฝีมือของการจับลูกค้าของพนักงานขาย
- โอกาสของการขายจากลูกค้าของลูกค้า

## กิจกรรมและ Workshop สำหรับการฝึกอบรม

Workshop	ผลที่คาดว่าจะได้รับ
Workshop 1 : สถิติยอดขายรายลูกค้า / เรียงลำดับตามยอดขาย / น้ำหนัก	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ฝึกวิเคราะห์ประเด็นที่พบ / ความเสี่ยง / โอกาสในการขาย</li> </ul>
Workshop 2 : วิเคราะห์และออกแบบแนวทางปฏิบัติของตนเองจากสถิติยอดขาย	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ฝึกการวิเคราะห์สถิติยอดขาย และออกแบบแนวทางปฏิบัติเพื่อเพิ่มยอดขาย</li> </ul>
Workshop 3 : วิเคราะห์และออกแบบแนวทางปฏิบัติของตนเองจากประเภทลูกค้า	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ฝึกการวิเคราะห์ประเภทลูกค้า และออกแบบแนวทางปฏิบัติเพื่อเพิ่มยอดขาย</li> </ul>
Workshop 4 : วิเคราะห์และออกแบบแนวทางปฏิบัติของตนเองจากยอดขายรายลูกค้าของแต่ละกลุ่มสินค้า	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ฝึกการวิเคราะห์ยอดขายรายลูกค้าของแต่ละกลุ่มสินค้า และออกแบบแนวทางปฏิบัติเพื่อเพิ่มยอดขาย</li> </ul>
Workshop 5 : วิเคราะห์และออกแบบแนวทางปฏิบัติของตนเองจากสถิติยอดขายสินค้าแต่ละกลุ่ม - ส่วนแบ่งการตลาด	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ฝึกการวิเคราะห์สถิติยอดขายสินค้าแต่ละกลุ่ม - ส่วนแบ่งการตลาด และออกแบบแนวทางปฏิบัติเพื่อเพิ่มยอดขาย</li> </ul>
Workshop 6 : วิเคราะห์และออกแบบแนวทางปฏิบัติของตนเองจากสถิติ 12 เดือน - เทียบเป้าหมาย - ลูกค้า	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ฝึกการวิเคราะห์สถิติ 12 เดือน - เทียบเป้าหมาย - ลูกค้า และออกแบบแนวทางปฏิบัติเพื่อเพิ่มยอดขาย</li> </ul>
Workshop 7 : วิเคราะห์และออกแบบแนวทางปฏิบัติของตนเองจากส่วนแบ่งการขายแต่ละลูกค้า / ศักยภาพการเติบโตของลูกค้า	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ฝึกการวิเคราะห์ส่วนแบ่งการขายแต่ละลูกค้า / ศักยภาพการเติบโตของลูกค้า และออกแบบแนวทางปฏิบัติเพื่อเพิ่มยอดขาย</li> </ul>
Workshop 8 : วิเคราะห์และออกแบบแนวทางปฏิบัติของตนเองจากการวิเคราะห์ยอดขายจริง 6 และ 12 เดือน	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ฝึกการวิเคราะห์การวิเคราะห์ยอดขายจริง 6 และ 12 เดือน และออกแบบแนวทางปฏิบัติเพื่อเพิ่มยอดขาย</li> </ul>
Workshop 9 : วิเคราะห์และออกแบบแนวทางปฏิบัติของตนเองจากส่วนแบ่งการขาย / ขนาดตลาดในแต่ละช่องทาง - รายลูกค้า	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ฝึกการวิเคราะห์ส่วนแบ่งการขาย / ขนาดตลาดในแต่ละช่องทาง - รายลูกค้า และออกแบบแนวทางปฏิบัติเพื่อเพิ่มยอดขาย</li> </ul>
Workshop 10 : วิเคราะห์และออกแบบแนวทางปฏิบัติของตนเองจากส่วนแบ่งของช่องทางขนาดตลาดรายพื้นที่	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ฝึกการวิเคราะห์ส่วนแบ่งของช่องทางขนาดตลาดรายพื้นที่ และออกแบบแนวทางปฏิบัติเพื่อเพิ่มยอดขาย</li> </ul>
Workshop 11 : วิเคราะห์และออกแบบแนวทางปฏิบัติของตนเองจากฝีมือของการจับลูกค้าของพนักงานขาย	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ฝึกการวิเคราะห์ฝีมือของการจับลูกค้าของพนักงานขาย และออกแบบแนวทางปฏิบัติเพื่อเพิ่มยอดขาย</li> </ul>
Workshop 12 : วิเคราะห์และออกแบบแนวทางปฏิบัติของตนเองจากลูกค้าของลูกค้า	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ฝึกการวิเคราะห์ลูกค้าของลูกค้า และออกแบบแนวทางปฏิบัติเพื่อเพิ่มยอดขาย</li> </ul>

## กลุ่มเป้าหมาย

1. พนักงานขายทุกระดับ
2. หัวหน้างานขาย

## รูปแบบการฝึกอบรม

- ระยะเวลารวม 2 วัน (6 ชั่วโมง)
- สามารถจัดได้ทั้งรูปแบบ Classroom และ Virtual Class
- บรรยาย และ Workshop ผ่าน Template ฝึกวิเคราะห์ข้อมูลการขาย
- สัตส่วน Workshop สามารถปรับให้เหมาะสมกับประเภทธุรกิจ และความจำเป็นได้

## ผลที่ได้รับจากการฝึกอบรม

พัฒนา	แก้ปัญหา
<ul style="list-style-type: none"><li>• การวิเคราะห์ข้อมูลการขายจากมุมมองต่าง ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ</li><li>• การเสนอแนวทางเพิ่มยอดขายได้อย่างสมเหตุสมผล</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• การที่ไม่สามารถวิเคราะห์และประเมินแนวโน้มของยอดขายที่เกิดขึ้นได้ ทำให้ไม่สามารถเสนอแนวทางเพิ่มยอดขายได้อย่างสมเหตุสมผล</li></ul>

กำหนดการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ  
หลักสูตร Sales Analysis for Sales Opportunity

วันที่ 1

เวลา	รายละเอียดกิจกรรมของหลักสูตร
9.00 น.	<p>ส่วนที่ 1: การวิเคราะห์การขาย..เพื่อให้เห็นโอกาสการทำยอดขายที่ชัดเจน</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● การวิเคราะห์การขาย คืออะไร / ทำไมจึงสำคัญ</li> <li>● เราสามารถวิเคราะห์อะไรได้บ้าง</li> <li>● ข้อมูลภายในและข้อมูลภายนอก</li> <li>● เราใช้ข้อมูลภายใน 95% เพื่อจะวิเคราะห์โอกาสของการทำยอดขาย</li> <li>● ตัวเลข - ข้อมูล - ความหมาย - แนวทางปฏิบัติ</li> </ul> <p>Workshop 1 : สถิติยอดขายรายลูกค้า / เรียงลำดับตามยอดขาย / นำหนัก</p> <p>ส่วนที่ 2: 80/20 โอกาสการขาย / ความเสี่ยง / เทคนิควิเคราะห์ลูกค้ากลุ่ม A, B, C</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● ลูกค้าศักยภาพ...ในฐานะลูกค้าปัจจุบัน</li> <li>● แผนกลยุทธ์แนวทางปฏิบัติสำหรับลูกค้าแต่ละประเภทแต่ละกลุ่ม</li> </ul> <p>ส่วนที่ 3: เครื่องมือวิเคราะห์โอกาสการขายที่เป็นไปได้</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● โอกาสจากสถิติยอดขาย <ul style="list-style-type: none"> <li>○ กลุ่มสินค้าที่มียอดขายเท่ากับศูนย์</li> <li>○ กลุ่มสินค้าที่มียอดขายต่ำ</li> <li>○ กลุ่มสินค้าที่มียอดขายสูง</li> </ul> </li> </ul> <p>Workshop 2 : วิเคราะห์และออกแบบแนวทางปฏิบัติของตนเองจากสถิติยอดขาย</p>
10.30 น.	<p>พักเบรก 15 นาที</p>
10.45 น.	<ul style="list-style-type: none"> <li>● โอกาสการขายจากประเภทลูกค้า <ul style="list-style-type: none"> <li>○ การวิเคราะห์โอกาสการขายจากประเภทลูกค้า</li> <li>○ เข้าใจโครงสร้างฐานลูกค้า</li> </ul> </li> </ul> <p>Workshop 3 : วิเคราะห์และออกแบบแนวทางปฏิบัติของตนเองจากประเภทลูกค้า</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● โอกาสการขายของแต่ละกลุ่มสินค้า - จากยอดขายรายลูกค้า</li> </ul> <p>Workshop 4 : วิเคราะห์และออกแบบแนวทางปฏิบัติของตนเองจากยอดขายรายลูกค้าของแต่ละกลุ่มสินค้า</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● โอกาสของการขายจากสถิติยอดขายสินค้าแต่ละกลุ่ม - ส่วนแบ่งการตลาด</li> </ul> <p>Workshop 5 : วิเคราะห์และออกแบบแนวทางปฏิบัติของตนเองจากสถิติยอดขายสินค้าแต่ละกลุ่ม - ส่วนแบ่งการตลาด</p>
12.00 น.	<p>ถาม - ตอบ แลกเปลี่ยนความคิดเห็น / มอบหมายการบ้าน</p> <p>ปิดการอบรมวันที่ 1</p>

กำหนดการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ  
หลักสูตร Sales Analysis for Sales Opportunity

วันที่ 2

เวลา	รายละเอียดกิจกรรมของหลักสูตร
9.00 น.	<p>ส่วนที่ 3: เครื่องมือวิเคราะห์โอกาสการขายที่เป็นไปได้ (ต่อ)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>โอกาสของการขายจากสถิติ 12 เดือน - เทียบเป้าหมาย - ลูกค้า</li> </ul> <p>Workshop 6 : วิเคราะห์และออกแบบแนวทางปฏิบัติของตนเองจากสถิติ 12 เดือน - เทียบเป้าหมาย - ลูกค้า</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>โอกาสการขายจากส่วนแบ่งการขายแต่ละลูกค้า / ศักยภาพการเติบโตของลูกค้า</li> </ul> <p>Workshop 7 : วิเคราะห์และออกแบบแนวทางปฏิบัติของตนเองจากส่วนแบ่งการขายแต่ละลูกค้า / ศักยภาพการเติบโตของลูกค้า</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>โอกาสของการขายจากการวิเคราะห์ยอดขายจริง 6 และ 12 เดือน</li> </ul> <p>Workshop 8 : วิเคราะห์และออกแบบแนวทางปฏิบัติของตนเองจากการวิเคราะห์ยอดขายจริง 6 และ 12 เดือน</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>โอกาสยอดขายจากส่วนแบ่งการขาย / ขนาดตลาดในแต่ละช่องทาง - รายลูกค้า</li> </ul> <p>Workshop 9 : วิเคราะห์และออกแบบแนวทางปฏิบัติของตนเองจากส่วนแบ่งการขาย / ขนาดตลาดในแต่ละช่องทาง - รายลูกค้า</p>
10.30 น.	<p>พักเบรก 15 นาที</p>
10.45 น.	<ul style="list-style-type: none"> <li>โอกาสของการขายจากส่วนแบ่งของช่องทางขนาดตลาดรายพื้นที่ <ul style="list-style-type: none"> <li>ส่วนแบ่งการตลาดรายช่องทาง / ยอดขายรายช่องทาง / จำนวนลูกค้า</li> <li>วิธีคำนวณหาขนาดตลาด / และส่วนแบ่งการตลาดของเรา</li> <li>โอกาสทางการขายจาก market share ส่วนแบ่งการตลาด</li> </ul> </li> </ul> <p>Workshop 10 : วิเคราะห์และออกแบบแนวทางปฏิบัติของตนเองจากส่วนแบ่งของช่องทางขนาดตลาดรายพื้นที่</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>โอกาสการทำยอดขายจากฝีมือของการจับลูกค้าของพนักงานขาย</li> </ul> <p>Workshop 11 : วิเคราะห์และออกแบบแนวทางปฏิบัติของตนเองจากฝีมือของการจับลูกค้าของพนักงานขาย</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>โอกาสของการขายจากลูกค้าของลูกค้า</li> </ul> <p>Workshop 12 : วิเคราะห์และออกแบบแนวทางปฏิบัติของตนเองจากลูกค้าของลูกค้า</p>
12.00 น.	<p>ถาม - ตอบ แลกเปลี่ยนความคิดเห็น / ปิดการอบรม</p>