

กลยุทธ์บริหารงานขายให้ยอดพุ่ง! The Excellent Sales Manager

อาจารย์วิชาวุธ จริงจิตร

กลยุทธ์บริหารงานขายให้ยอดขายพุ่ง!

Course ID	Course Name	Time
	กลยุทธ์บริหารงานขายให้ยอดขายพุ่ง!	6 ชั่วโมง

หลักการและเหตุผล

หากต้องการบริหารงานขายให้ยอดขายพุ่งในภาวะวิกฤตที่การแข่งขันสูง แต่ความต้องการในการซื้อของลูกค้ามีจำกัดให้ได้ นั่น ผู้บริหารงานขายจำเป็นต้องสามารถวางกลยุทธ์ในการบริหารทีมขาย บริหารสินค้า / บริการ และบริหารลูกค้าได้อย่างเหมาะสมกับบริบทต่าง ๆ ขององค์กร เพื่อรักษาลูกค้าที่มีอยู่ และเพิ่มโอกาสในการขาย / ขยายตลาดให้ได้มากที่สุด

หลักสูตรนี้ จึงได้ออกแบบมาเพื่อช่วยพลิกมุมมองการขายของผู้เข้าอบรมให้รู้จักมองหาโอกาส ท่ามกลางอุปสรรคที่มีอยู่ด้วย Can Do & Just Do It Attitude พร้อมพัฒนาให้ผู้เข้าอบรมให้มีมุมมองที่เหมาะสมกับการบริหารงานขาย (Entrepreneur Mindset) เสริมสร้างความเข้าใจในบทบาทและแนวทางการบริหารงานขายให้ประสบความสำเร็จได้อย่างยั่งยืน รวมถึงเรียนรู้และฝึกฝนเทคนิคการคิดเชิงกลยุทธ์ในงานขาย ตั้งแต่เทคนิคการนำเสนอขาย กลยุทธ์ในการเข้าเยี่ยมร้านค้า หลักการวิเคราะห์และทำความเข้าใจมุมมองลูกค้าเพื่อการวางกลยุทธ์ที่เหมาะสม และเทคนิคการวาง KPI สำหรับทีมขายให้กระตุ้นยอดขาย และเป็นไปได้จริง

ผ่านกระบวนการเรียนรู้แบบชวนคุย ชวนคิด แลกเปลี่ยนประสบการณ์จริง ร่วมกัน (Discussion) และ Workshop เพื่อฝึกทักษะการคิดเชิงกลยุทธ์ในการบริหารงานขาย พร้อมรับคำแนะนำในการปรับแผนกลยุทธ์ให้นำไปใช้ได้ผลจริง จากวิทยากรมากประสบการณ์จากการเป็นที่ปรึกษาให้องค์กรทั้งขนาดเล็กและใหญ่หลากหลายธุรกิจ ให้ผู้เรียนมีแนวทางที่ชัดเจนในการนำไปปฏิบัติ และเสริมสร้างความมั่นใจที่จะนำไปใช้จริงมากยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์

1. เพื่อให้ผู้เข้าอบรมตระหนักถึงความสำคัญในการวางกลยุทธ์การขายให้เหมาะสมกับบริบทของลูกค้าและองค์กร
2. เพื่อให้ผู้เข้าอบรมมีความรู้ความเข้าใจในเทคนิค และกลยุทธ์ในการบริหารทีมขาย สินค้า และลูกค้าอย่างเหมาะสมกับสถานการณ์ / บริบทขององค์กร
3. เพื่อให้ผู้เข้าอบรมได้ฝึกทักษะการคิดเชิงวิเคราะห์เพื่อวางกลยุทธ์ในการขายให้ประสบความสำเร็จได้อย่างยั่งยืน

หัวข้อการบรรยาย

ส่วนที่ 1: ทักษะและมุมมองที่สำคัญในการบริหารงานขาย

- Can Do & Just Do It! Attitude
- ตัวอย่างประสบการณ์จริงในการบริหารทีมขายให้ฝ่าวิกฤตองค์กร
- ระดับของ Mindset ในงานขาย
 - Order Taker
 - Salesman
 - นักการตลาด (Customer Oriented)
 - เจ้าของกิจการ (รู้ว่าเจ้าของกิจการต้องการอะไร)
- สนับสนุนการเติบโตอย่างยั่งยืนด้วย The Stage of Moral Development Model

ส่วนที่ 2: บทบาทของผู้บริหารงานขาย

- องค์ประกอบของผู้บริหารงานขายที่ประสบความสำเร็จ
 - 3 องค์ประกอบพื้นฐาน
 - 3 ทักษะสำคัญ
- บทบาทของผู้บริหารงานขาย (เก่งงาน - เก่งคน - เก่งคิด)
- กลยุทธ์การบริหารทีมงานในภาวะวิกฤตแบบ Boss & Leader
- เทคนิคการนำเสนอขายแบบ FBA

ส่วนที่ 3: กลยุทธ์การเพิ่มยอดขาย (เลือกระหว่าง FMCG หรือ Corporate)

- กลยุทธ์เพื่อเพิ่มยอดขายสำหรับ FMCG Sales Team
 - Selling Step Design
 - การวิเคราะห์อายุลูกหนี้เบื้องต้น
 - Sell - In VS Sell - Out
 - Fulfillment Strategy
 - Transform In-Active Customers
 - เทคนิคการกำหนด KPI ของพนักงานขาย
- กลยุทธ์เพื่อเพิ่มยอดขายสำหรับ Corporate Sales Team
 - Selling Step Design
 - วิเคราะห์ลูกค้าด้วย AIETA Model
 - Effective Selling Presentation
 - NIS Strategy
 - Transform In-Active Customers
 - เทคนิคการกำหนด KPI ของพนักงานขาย

กิจกรรมและ Workshop สำหรับการฝึกอบรม

Workshop	ผลที่คาดว่าจะได้รับ
Activity 1 : Can Do Attitude	<ul style="list-style-type: none"> ● Mindset ในการทำงานด้วยความเชื่อว่า “ทำได้”
Activity 2 : จริยธรรมของผู้บริหาร	<ul style="list-style-type: none"> ● แนวทางการบริหารธุรกิจให้เติบโตอย่างยั่งยืน
Workshop 1 : สัดสวนเวลาในการบริหารงานขาย	<ul style="list-style-type: none"> ● ตระหนักถึงบทบาทหน้าที่ของผู้บริหารงานขาย และสิ่งที่ควรทำเพิ่มเติมจากปัจจุบัน
Workshop 2 : การเสนอสินค้าด้วย FBA	<ul style="list-style-type: none"> ● แนวทางการกำหนด Keyword การขายสินค้าให้เข้าใจง่าย และเป็นที่ยึดจำ
Workshop 3 : Standard Sales Procedure	<ul style="list-style-type: none"> ● ขั้นตอนการเข้าเยี่ยมร้านค้าของ Distributor
Workshop 4 (FMCG) : Customer Analysis	<ul style="list-style-type: none"> ● ทักษะการวิเคราะห์ห่วงโซ่อุปทานเบื้องต้น ● บริหารยอดขายด้วยการ Sell - Out
Workshop 4 (Corporate) : Customer Analysis	<ul style="list-style-type: none"> ● ทักษะการวิเคราะห์ประสิทธิภาพในมุมมองของลูกค้า ● จุดวิกฤตที่พึงระวังในแต่ละขั้นตอน
Workshop 5 (FMCG) : Sales Strategy	<ul style="list-style-type: none"> ● ทักษะการวางกลยุทธ์การขายด้วย Fulfillment Strategy และ การเรียกลูกค้าเก่ากลับมา (Transform In-Active Customers)
Workshop 5 (Corporate) : Sales Strategy	<ul style="list-style-type: none"> ● ทักษะการวางกลยุทธ์การขายด้วย NIS Strategy และ การเรียกลูกค้าเก่ากลับมา (Transform In-Active Customers)
Workshop 6 : กำหนด KPI ของพนักงานขาย	<ul style="list-style-type: none"> ● แนวทางการกำหนด KPI ทีมขายของตน

กลุ่มเป้าหมาย

1. หัวหน้าทีมขาย (FMCG / Corporate Sales Supervisor)
2. ผู้บริหารงานขาย (FMCG / Corporate Sales Manager)

รูปแบบการฝึกอบรม

- ระยะเวลารวม 2 วัน (วันละ 3 ชั่วโมง)
- แคม! การ Consult 1 : 1 (รายบุคคล) ให้คนละ 30 นาที
- Virtual Training ผ่าน Application เช่น Zoom
- ชวนคุย ชวนคิด / ระดมสมอง / Workshop / Consult เคสจริงองค์กรรายบุคคล

ผลที่ได้รับจากการฝึกอบรม

พัฒนา	แก้ปัญหา
<ul style="list-style-type: none">การจัดสรรเวลาเพื่อบริหารทีมขายได้อย่างมีประสิทธิภาพและเหมาะสมกับสถานการณ์การกระตุ้นทีมงานให้สร้างยอดขายได้อย่างสมเหตุสมผล และยั่งยืน	<ul style="list-style-type: none">การขายที่เน้นทำยอดเฉพาะเดือน แต่ไม่เหมาะกับผลประกอบการของลูกค้า จนเสียความน่าเชื่อถือ

กำหนดการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ
หลักสูตร กลยุทธ์บริหารงานขายให้ยอดขายพุ่ง!

วันที่ 1 (3 ชั่วโมง) + Job Assignment

เวลา	รายละเอียดกิจกรรมของหลักสูตร
9.00 น.	<p>ส่วนที่ 1: ทักษะและมุมมองที่สำคัญในการบริหารงานขาย</p> <p>Activity 1 : Can Do Attitude</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Can Do & Just Do It! Attitude ● ตัวอย่างประสบการณ์จริงในการบริหารทีมขายให้ฝ่าวิกฤตองค์กร ● ระดับของ Mindset ในงานขาย <ul style="list-style-type: none"> ○ Order Taker ○ Salesman ○ นักการตลาด (Customer Oriented) ○ เจ้าของกิจการ (รู้ว่าเจ้าของกิจการต้องการอะไร) ● สนับสนุนการเติบโตอย่างยั่งยืนด้วย The Stage of Moral Development Model <p>Activity 2 : จริยธรรมของผู้บริหาร</p>
10.30 น.	พักเบรก 15 นาที
10.45 น.	<p>ส่วนที่ 2: บทบาทของผู้บริหารงานขาย</p> <ul style="list-style-type: none"> ● องค์ประกอบของผู้บริหารงานขายที่ประสบความสำเร็จ <ul style="list-style-type: none"> ○ 3 องค์ประกอบพื้นฐาน ○ 3 ทักษะสำคัญ ● บทบาทของผู้บริหารงานขาย (เก่งงาน - เก่งคน - เก่งคิด) <p>Workshop 1 : สัดส่วนเวลาในการบริหารงานขาย</p> <ul style="list-style-type: none"> ● กลยุทธ์การบริหารทีมงานในภาวะวิกฤตแบบ Boss & Leader ● เทคนิคการนำเสนอขายแบบ FBA <p>Workshop 2 : การเสนอสินค้าด้วย FBA</p>
12.00 น.	ถาม - ตอบ แลกเปลี่ยนความคิดเห็น / ปิดการอบรมวันที่ 1

Follow Up Intervention

Job Assignment : Active & In-Active Customers List

- ผู้เข้าอบรมรวบรวมรายชื่อลูกค้าที่มี เพื่อเป็นข้อมูลสำหรับการจัดทำแผนบริหารการขาย และการเข้าเยี่ยมลูกค้าในวันที่ 2

กำหนดการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ
หลักสูตร กลยุทธ์บริหารงานขายให้ยอดขายพุ่ง!

วันที่ 2 (3 ชั่วโมง สำหรับธุรกิจ FMCG)

เวลา	รายละเอียดกิจกรรมของหลักสูตร
	ส่วนที่ 3: กลยุทธ์การเพิ่มยอดขาย (เลือกระหว่าง FMCG หรือ Corporate)
	<ul style="list-style-type: none"> ● กลยุทธ์เพื่อเพิ่มยอดขายสำหรับ FMCG Sales Team <ul style="list-style-type: none"> ○ Selling Step Design
9.00 น.	Workshop 3 : Standard Sales Procedure <ul style="list-style-type: none"> ○ การวิเคราะห์อายุลูกค้าเบื้องต้น ○ Sell - In VS Sell - Out
	Workshop 4 (FMCG) : Customer Analysis
10.30 น.	พักเบรก 15 นาที
	<ul style="list-style-type: none"> ○ Fulfillment Strategy ○ Transform In-Active Customers
10.45 น.	Workshop 5 (FMCG) : Sales Strategy <ul style="list-style-type: none"> ○ เทคนิคการกำหนด KPI ของพนักงานขาย
	Workshop 6 : กำหนด KPI ของพนักงานขาย
12.00 น.	ถาม - ตอบ แลกเปลี่ยนความคิดเห็น / ปิดการอบรม

Follow Up Intervention

Job Assignment : วิเคราะห์และเสนอกิจกรรมการบริหารงานขายขององค์กร

- ผู้เข้าอบรมวิเคราะห์ลูกค้า สินค้า และการทำงานของทีมขาย
- วางแผนกลยุทธ์บริหารงานขาย
- นำเสนอ และรับคำแนะนำจากวิทยากรในการ Consult รายบุคคล

กำหนดการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ
หลักสูตร กลยุทธ์บริหารงานขายให้ยอดพุ่ง!

วันที่ 2 (3 ชั่วโมง สำหรับธุรกิจ Corporate)

เวลา	รายละเอียดกิจกรรมของหลักสูตร
	ส่วนที่ 3: กลยุทธ์การเพิ่มยอดขาย (เลือกระหว่าง FMCG หรือ Corporate)
	<ul style="list-style-type: none"> ● กลยุทธ์เพื่อเพิ่มยอดขายสำหรับ Corporate Sales Team <ul style="list-style-type: none"> ○ Selling Step Design
9.00 น.	Workshop 3 : Standard Sales Procedure <ul style="list-style-type: none"> ○ วิเคราะห์ลูกค้าด้วย AIETA Model ○ Effective Selling Presentation Workshop 4 (Corporate) : Customer Analysis
10.30 น.	พักเบรก 15 นาที
	<ul style="list-style-type: none"> ○ NIS Strategy ○ Transform In-Active Customers
10.45 น.	Workshop 5 (Corporate) : Sales Strategy เทคนิคการกำหนด KPI ของพนักงานขาย Workshop 6 : กำหนด KPI ของพนักงานขาย
12.00 น.	ถาม - ตอบ แลกเปลี่ยนความคิดเห็น / ปิดการอบรม

Follow Up Intervention	
Job Assignment : วิเคราะห์และเสนอกลยุทธ์การบริหารงานขายขององค์กร	
<ul style="list-style-type: none"> ● ผู้เข้าอบรมวิเคราะห์ลูกค้า สินค้า และการทำงานของทีมขาย ● วางแผนกลยุทธ์บริหารงานขาย ● นำเสนอ และรับคำแนะนำจากวิทยากรในการ Consult รายบุคคล 	