



## Course outline

# การวิเคราะห์ความต้องการของลูกค้า (Customer Demand Analysis)

(หลักสูตร 1 วัน)

โดย

อาจารย์ ไพรัช วนัสบดีไพศาล

Sale/Service/Management Consultant

**“ความสำเร็จของการขาย คือ การมองเห็นถึงความต้องการที่แท้จริงของลูกค้า”**

### หลักการ/แนวความคิด

- การวิเคราะห์ถึง ความต้องการของ ลูกค้า ได้ใกล้เคียงความเป็นจริงมากที่สุด จะเป็นการสร้างโอกาสแห่งความสำเร็จให้กับผู้ขายได้มากที่สุดเช่นกัน ด้วยการวิเคราะห์ความต้องการของลูกค้านี้สามารถใช้ฝึกปฏิบัติได้แม้จะไม่ใช่พนักงานขายโดยตรงก็ตาม พนักงานทุกคนก็คือนักขายอยู่แล้ว เพียงแต่เป็นการขายที่ต่างรูปแบบกันออกไปนั่นเอง
- การจะขายสบู่นึ่งก้อนกับการขายสบู่นึ่งล้านก้อน วิธีการย่อมต้องแตกต่างกันอยู่แล้ว กลยุทธ์อะไรที่จะใช้กับลูกค้าที่ซื้อสบู่นึ่งก้อนและลูกค้าที่ซื้อสบู่นึ่งล้านก้อน เราจึงต้องมาวิเคราะห์ กันอย่างละเอียดเพื่อให้การขายเกิดประสิทธิผลแห่งความสำเร็จและต่อเนื่อง มากที่สุด เปรียบได้ดั่งการค้าส่งและการค้าปลีก ย่อมต้องใช้วิธีการขายที่แตกต่างกัน และผลสำเร็จของการค้าทั้งสองรูปแบบนี้ก็ต้องเกี่ยวพันกันอีกด้วย
- ผู้เข้ารับการอบรมจะได้เรียนรู้ทักษะและเทคนิคต่างๆกับการวิเคราะห์ความต้องการของลูกค้า จากการใช้หลักการตลาดและจิตวิทยาเข้ามาเกี่ยวข้อง ทั้งยังผนวกกับประสบการณ์การค้าส่งและการค้าปลีกที่จะปลูกถ่ายให้ผู้เข้ารับการอบรมได้มองเห็นและเข้าใจถึงวิธีการและความแตกต่างของการขาย รวมไปถึงความคิดและพฤติกรรมที่ผู้ซื้อจะมีต่อผู้ขาย ดังนั้น การล่วงรู้ความคิดของลูกค้า ถือเป็นมหาสำคัญตัวหนึ่งที่ผู้ขายจะต้องวางหมากตัวนี้ให้ถูกช่อง ถูกทางถูกเหลี่ยม เพื่อผลลัพธ์แห่งความสำเร็จในการขายจากการวิเคราะห์ถึงความคิดและความต้องการของลูกค้า

“ความสำเร็จของการขาย คือ การสังเกตเห็นถึงความต้องการที่แท้จริงของลูกค้า”

## วัตถุประสงค์

- เพื่อให้ผู้เข้ารับการอบรมสามารถวิเคราะห์ได้ถึงความต้องการของผู้ซื้อได้อย่างแม่นยำ
- เพื่อให้ผู้เข้ารับการอบรมสามารถวิเคราะห์สภาพแวดล้อม สถานการณ์โดยรอบ ปัจจัยอื่นๆ ได้
- เพื่อให้ผู้เข้ารับการอบรมนำความรู้ที่ได้ไปประยุกต์ให้สอดคล้องรับกับลูกค้าขององค์กร

## เนื้อหาหลักสูตร

- ★ เราทุกคนคือนักขาย
- ★ จุดประกายนักขายและที่ไม่ใช่ นักขาย
- ★ ความสำคัญของการขายคือความเข้าใจ
- ★ เข้าใจรูปแบบของการตลาดค้าส่งและการตลาดค้าปลีก
- ★ แนวคิดและพฤติกรรมของลูกค้า
- ★ ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของลูกค้า
- ★ เกมส์สอดแทรก
- ★ วิเคราะห์ความต้องการของลูกค้า
- ★ ขั้นตอนการวิเคราะห์ความต้องการของลูกค้า
- ★ ปรับพฤติกรรมให้เป็นยอดนักขาย
- ★ รอบรู้สื่อ รอบรู้สถานการณ์ รอบรู้ใจลูกค้า
- ★ เทคนิคพิเศษการวิเคราะห์ลูกค้าที่หน้างาน
- ★ เทคนิคพิเศษการจับสังเกตและคำพูดของลูกค้า
- ★ กรณีศึกษาจากประสบการณ์ตรงของวิทยากร
- ★ Workshop แบ่งกลุ่มฝึกปฏิบัติ
  - ให้โจทย์การวิเคราะห์ความต้องการของลูกค้า
  - วิเคราะห์อย่างละเอียดในแต่ละขั้นตอน
  - นำเสนอการวิเคราะห์ลูกค้า
  - ผู้เข้ารับการอบรมและวิทยากร ร่วมกันวิเคราะห์ความสำเร็จของแต่ละกลุ่มที่นำเสนอ
  - วิทยากรให้ผลลัพธ์ที่ได้ของเวิร์กช็อปนี้
- ★ สรุปเนื้อหาแลกเปลี่ยนการเรียนรู้ด้วยการวิเคราะห์จากผู้เข้ารับการอบรม
- ★ ข้อคิดฝากให้กับผู้เข้ารับการอบรม เพื่อนำกลับไปฝึกปฏิบัติให้เกิดการพัฒนาที่ดียิ่งขึ้น

## วิธีการ (ทฤษฎี 30% ปฏิบัติ 70%)

- ✓ การบรรยาย – สาธิต – ประสบการณ์
- ✓ เน้นให้มีส่วนร่วมคิดวิเคราะห์ เพื่อดึงศักยภาพของผู้เข้ารับการอบรมออกมา
- ✓ ระดมสมอง – กิจกรรมกลุ่มสัมพันธ์ – เกมส์สอดแทรก – การแสดงบทบาทสมมติ

## สไตล์การสอนของวิทยากร

- ✓ Psychology for motivated thinking (การใช้จิตวิทยาเพื่อกระตุ้นความคิด)
- ✓ Training interactive for leverage the real performance (การฝึกอบรมเชิงโต้ตอบสำหรับการใช้ประโยชน์จากการปฏิบัติจริง)
- ✓ Psychology (จิตวิทยา) และ Interactive (เชิงโต้ตอบ)

คือการนำจิตวิทยาเข้าใช้ในการฝึกอบรม และกระตุ้นความคิดของผู้เรียนอยู่ตลอดในเชิงโต้ตอบแบบอินเตอร์แอคทีฟ

## ผู้ที่เหมาะสมกับหลักสูตรนี้

- ✓ ผู้จัดการ
- ✓ หัวหน้างาน
- ✓ พนักงาน

