



Course outline

ยกระดับการจัดการลูกค้าสัมพันธ์

(Enhance CRM)

(หลักสูตร 1 วัน)

โดย

อาจารย์ไพรัช วันสบัติไพศาล

Sale/Service/Management Consultant

“ลูกค้า คือมูลค่าสินทรัพย์ระยะยาว”

หลักการ/แนวความคิด

- ▶ **ปลูกสร้างแนวคิดการสร้างลูกค้าสัมพันธ์ CRM** ให้ประสบความสำเร็จ รอยหยักของกุญแจเพียงดอกเดียวสามารถที่จะไขสิ่งหนึ่งในตัวของลูกค้าได้ นั่นก็คือ “ความรู้สึก” การสร้างลูกค้าสัมพันธ์ให้เกิดเป็นผลลัพธ์ในระยะยาว คือการสร้างสิ่งที่เรียกว่าความรู้สึก ให้สามารถเป็นที่จับต้อง องค์กรเราได้จากใจของลูกค้าเอง หนึ่งในความยากของการสร้างลูกค้าสัมพันธ์ คือขาดการเข้าถึงความรู้สึกอย่างเป็นขั้นตอนที่แท้จริง ก่อนที่จะใช้ระบบเข้ามาช่วยจัดการ ในเรื่องของลูกค้าสัมพันธ์ จำเป็นที่จะต้องเข้าใจกระบวนการของความรู้สึกก่อน เพราะไม่ว่าระบบลูกค้าสัมพันธ์จะดีแค่ไหน หากกระบวนการจัดการในการลำดับจับความรู้สึกไม่เป็นไปอย่างเป็นขั้นตอน สิ่งที่มามาก็คือ การสูญเสียลูกค้าไปเรื่อยๆ เปรียบได้ดั่งการปลูกต้นไม้ที่ไร้รากแก้ว มองภายนอกอาจดูแข็งแรง แต่ภายในรากฐานไร้การยึดเกาะ หยิ่งราก
- ▶ **ดังนั้น การปลูกสร้างความรู้สึกจึงเป็นรอยหยักกุญแจที่จะช่วยไขความลับการปลูกสร้าง** ความสัมพันธ์กับลูกค้า ให้ลูกค้าอยู่กับเราตราบนานเท่านาน และที่สำคัญ ลูกค้าจะกลายเป็นสินทรัพย์ระยะยาวที่ทรงมูลค่าให้กับองค์กร
- ▶ **หลักสูตรนี้ถูกออกแบบให้**กับผู้เข้ารับการอบรมบริการ ได้เรียนรู้เทคนิคพิเศษต่างๆที่เกี่ยวกับการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ โดยให้ความรู้ที่สอดแทรกจากประสบการณ์จริงที่ทำให้ ผู้เข้ารับการอบรมปรับเปลี่ยนตนเองทั้ง แนวคิดและการปฏิบัติ เพื่อปลูกสร้างให้ลูกค้าธรรมดาต่างๆไป กลายมาเป็น

ลูกค้าที่สามารถแปรเปลี่ยนเป็นสินทรัพย์ระยะยาว และการสร้างลูกค้าสัมพันธ์ยังช่วยเสริมการตลาดแบบประสาน โคร่งขาแย้งสิ่งในองค์กรมีฐานลูกค้าที่เหนียวแน่น ไม่ว่าจะเกิดวิกฤตใดก็ตาม ลูกค้าจะยังคงอยู่กับเราเสมอ

“ลูกค้า คือมูลค่าสินทรัพย์ระยะยาว ที่เราต้องรู้หลักในการปลูกสร้าง”

วัตถุประสงค์

- เพื่อให้ผู้เข้ารับการอบรมเข้าใจถึงการปลูกสร้างลูกค้าสัมพันธ์ด้วยแนวคิดที่ถูกต้อง
- เพื่อให้ผู้เข้ารับการอบรมเข้าใจถึงแก่นแท้ของการปลูกสร้างลูกค้าสัมพันธ์
- เพื่อให้ผู้เข้ารับการอบรมมีทักษะในการเรียนรู้จัดการความรู้ และการจัดการระบบลูกค้าสัมพันธ์
- เพื่อให้ผู้เข้ารับการอบรมมีเทคนิคเพิ่มคุณค่าในบริการที่มากขึ้น

เนื้อหาหลักสูตร

- ★ มีอะไรในตัวลูกค้าที่เราต้องรู้ลึกๆจริง
- ★ เดินทางเข้าไปสู่ใจกลางการสร้างลูกค้าสัมพันธ์
- ★ จุดมุ่งหมายของการสร้างลูกค้าสัมพันธ์
- ★ เข้าถึงและจัดการลูกค้าสัมพันธ์ได้ทุกระดับ
- ★ การใช้ลูกค้าสัมพันธ์เข้ามาสนับสนุนธุรกิจองค์กร
- ★ เจาะลึกสินทรัพย์ขององค์กร ที่ไม่มีบันทึกในบัญชี
- ★ เทคนิคและกระบวนการปลูกสร้างลูกค้าสัมพันธ์
- ★ ให้ลูกค้าเป็นผู้บันทึก ย่อมเลิศกว่าที่เราบันทึกเอง
- ★ การจัดการลูกค้าสัมพันธ์ เป็นเรื่องง่ายกว่าที่คิด
- ★ วิเคราะห์การจัดทำลูกค้าสัมพันธ์ด้วย SWOT
- ★ กรณีศึกษาจากประสบการณ์ตรงของวิทยากร
- ★ Workshop แบ่งกลุ่มฝึกปฏิบัติ
 - ให้โจทย์การจัดการลูกค้าสัมพันธ์
 - 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)
คือการนำจิตวิทยามาใช้ร่วมในการฝึกอบรม และกระตุ้นความคิดของผู้เรียนอยู่ตลอดในเชิงโต้ตอบแบบอินเตอร์แอคทีฟ

ผู้ที่เหมาะสมกับหลักสูตรนี้

- ✓ ผู้จัดการ
 - ✓ หัวหน้างาน
 - ✓ พนักงาน
- 