



## Course outline

### เทคนิคการบริหารลูกค้ารายสำคัญ

(หลักสูตร 1 วัน)

โดย

อาจารย์ ไพรัช วนัสบดีไพศาล

Sale/Service/Management Consultant

**“ลูกค้ารายที่สำคัญ ย่อมต้องมีความสำคัญมากกว่าเสมอ”**

#### หลักการ/แนวความคิด

- ลูกค้าแต่ละรายมีความสำคัญเท่ากันหรือไม่เท่ากัน ลูกค้าแต่ละรายสร้างรายได้ให้กับองค์กรเท่ากันหรือไม่เท่ากัน หากคำตอบคือไม่เท่ากัน การบริหารลูกค้าแต่ละรายแต่ละกลุ่ม โดยเฉพาะรายที่สำคัญๆ ที่ต้องเน้นเป็นพิเศษ เราจึงจำเป็นต้องแบ่ง ลูกค้าที่สามารถสร้างรายได้ที่สูง ให้กับองค์กร จัดลำดับลูกค้าแต่ละรายแต่ละกลุ่มเพื่อการคัดสรรการบริหารลูกค้าอย่างเป็นขั้นตอน
  - เทคนิคและกระบวนการขั้นตอนในการบริหารลูกค้ารายสำคัญจะต้องทำอย่างไรบ้าง ลูกค้ารายสำคัญถึงจะยังประทับใจต่อสินค้า บริการ พนักงาน และองค์กรไปอย่างยาวนาน รวมทั้งยังเกิดความรักภักดี จะต้องเข้าใจหลักพิจารณาและเรียนรู้การวิเคราะห์ลูกค้าที่ต้องโฟกัสสร้างสัมพันธ์กับลูกค้าแบบเจาะลึกด้วยแผนที่มีกลยุทธ์
  - ผู้เข้ารับการอบรม ทุกระดับจำเป็นต้องปรับเปลี่ยนทั้งในเรื่องของความคิด จิตใจ มุมมอง ความเข้าใจ และยกระดับการเรียนรู้ต่อการบริหาร ลูกค้ารายสำคัญเพื่อให้องค์กร ประสบความสำเร็จ กับลูกค้ารายสำคัญที่ได้จัดการบริหารวางแผนไว้
- “ลูกค้ารายใหญ่สำคัญเสมอ เพราะเป็นแหล่งรายได้สำคัญให้กับองค์กร”

#### วัตถุประสงค์

- เพื่อสร้างแนวความคิดการบริหารลูกค้าโดยเน้นที่รายสำคัญเป็นหลัก
- เพื่อให้ผู้เข้ารับการอบรมมองเห็นว่าลูกค้าแต่ละรายมีความสำคัญที่ไม่เท่ากัน

- เพื่อให้ผู้เข้ารับการอบรมนำความรู้เทคนิคที่ได้ไปประยุกต์ใช้กับลูกค้าที่มีแนวโน้มและสำคัญให้เกิดประสิทธิผลมากที่สุด

## เนื้อหาหลักสูตร

- ★ เรียนรู้และเข้าใจถึงการทำธุรกิจในยุคปัจจุบัน
- ★ หลักในการพิจารณาองค์ประกอบที่สำคัญของธุรกิจ
- ★ ธุรกิจที่ประสบความสำเร็จต้องมีมุมมองด้านใด
- ★ เรียนรู้ถึงลูกค้ารายสำคัญต่อความเหมาะสมของธุรกิจ
- ★ การวิเคราะห์ประเภทของลูกค้ารายสำคัญ/รายทั่วไป
- ★ การวิเคราะห์หลักพิจารณาลูกค้ารายสำคัญ/รายทั่วไป
- ★ การวิเคราะห์กลุ่มของลูกค้ารายสำคัญ/รายทั่วไป
- ★ การวิเคราะห์ความต้องการของลูกค้ารายสำคัญ/รายทั่วไป
- ★ การวิเคราะห์แนวโน้มของลูกค้ารายสำคัญ/รายทั่วไป
- ★ กระบวนการบริหารลูกค้ารายสำคัญ
  - หลักการพิจารณา
  - ขั้นตอนการค้นหา/สร้าง/รักษา/ผูกสัมพันธ์
  - การวางแผน
  - การใช้กลยุทธ์
  - การปรับโครงสร้างองค์กร
  - การบริหารทีมงาน
  - การมอบหมายงาน
  - การบริหารลูกค้ารายสำคัญ
- ★ กรณีศึกษาจากประสบการณ์ตรงของวิทยากร
- ★ Workshop แบ่งกลุ่มฝึกปฏิบัติ
  - ให้อาจารย์วิเคราะห์ลูกค้าแต่ละราย และหลักการพิจารณาที่นำมาใช้กับลูกค้า
  - วิเคราะห์การนำหลักบริหารและกลยุทธ์มาใช้ร่วมกับลูกค้าแต่ละราย
  - นำเสนอถึงการบริหารลูกค้ารายสำคัญ
  - 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

