



Course outline

กลยุทธ์ผสมผสานการขายและการตลาด

Sales & Marketing Strategies

(หลักสูตร 1 วัน)

โดย

อาจารย์ไพรัช วนัสบดีไพศาล

Sale/Service/Management Consultant

“การผสมผสาน การประสาน คุณแจสำคัญที่จะอยู่เหนือคู่แข่ง”

หลักการ/แนวความคิด

- การแข่งขันในยุคปัจจุบัน ไม่ใช่แค่แข่งเรื่องการขายแล้วจะขายสินค้าได้คงใจหวัง แต่ต้องเชื่อมโยงเรื่องของกลยุทธ์ทางการตลาดอีกด้วย เพราะการตลาดคือการวางหมากสำคัญให้กับสินค้าขององค์กร ในวันนี้และอนาคต เพื่อให้สินค้าขององค์กรสามารถ ยืนอยู่เหนือกว่าสินค้าของคู่แข่งได้ และสามารถยืนอยู่ในใจของผู้บริโภค ได้เสมอ ไม่ว่าผู้บริโภคจะคิดถึงหรือไม่คิดถึงสินค้าขององค์กรก็ตาม ทั้งหมดทั้งมวลการทำกลยุทธ์ทางการตลาดเป็นกุญแจสำคัญที่จะใช้ในการวางหมากการขายให้กับองค์กร
- หลากหลายองค์กร หลากหลายการขาย ทั้งค้าปลีก ค้าส่ง โมเดิร์นเทรด มีการทำการตลาดที่แตกต่างกัน มีวิถีคิดกลยุทธ์ที่ ต่างกัน มีการวางหมากเกมที่จะเป็นจุดตัดชัยชนะกับคู่แข่งทางการค้า จึงไม่ใช่เรื่องง่ายที่การนำหลักการตลาด ตามตำรามาใช้แล้วจะประสบผลสำเร็จได้ หากแต่ต้องล่วงรู้การมองเห็นการบริโภคในกระแสของตลาดที่ผู้บริโภคมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา (Dynamic Marketing) แล้วตีโจทย์ในสินค้าขององค์กรบวกการวางหมากที่ชัดเจนให้ขาด สินค้าขององค์กร รจึงจะยืนอยู่เหนือความเปลี่ยนแปลงจากผู้บริโภคและคู่แข่งได้
- หลักสูตรกลยุทธ์ผสมผสานการขายและการตลาดจะช่วยปรับเปลี่ยนรูปแบบวิถีคิดที่มีต่อการทำตลาดและการขายในยุคปัจจุบัน เน้นการวางหมากกลยุทธ์ที่แปรเปลี่ยนจากปัจจัยรอบตัวมากมาย ส่งผลให้เกิดเป้าหมายการทำยอดขายที่เป็นไปตามกลยุทธ์ที่ได้วาง กลยุทธ์ไว้ ซึ่งผู้เข้ารับการอบรม สามารถใช้

ความรู้ที่ได้ไปปรับประยุกต์ใช้งานขายและการตลาดขององค์กรได้อย่างเหมาะสม รวมถึงสอดคล้องกับ
ปัจจัยที่องค์กรมีอยู่ด้วย

“การผสมผสาน การประสาน คุณภาพสำคัญที่จะอยู่เหนือคู่แข่ง”

วัตถุประสงค์

- เพื่อให้ผู้เข้ารับการอบรมเข้าใจถึงแนวคิดการสร้างกลยุทธ์การทำตลาด
- เพื่อให้ผู้เข้ารับการอบรมเรียนรู้ถึงการผสมผสานการขายและการตลาดเชิงรุก
- เพื่อให้ผู้เข้ารับการอบรมมีการวางกลยุทธ์ที่ตรงกับผู้บริหาร โภคยุคใหม่

เนื้อหาหลักสูตร

- ★ วิเคราะห์การทำตลาดและรูปแบบการขายขององค์กร
- ★ แนวโน้มตลาดผู้บริโภคในอนาคต
- ★ เรียนรู้พฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่องของผู้บริโภค
- ★ เมื่อคุณเป็นผู้บริโภคยุคใหม่โดยไม่รู้ตัว
- ★ เข้าใจถึงการค้าในรูปแบบต่างๆ
- ★ การออกแบบกลยุทธ์การทำตลาดผสมผสานการขาย
- ★ วิเคราะห์กลยุทธ์การทำตลาดที่สอดคล้องกับองค์กร
- ★ เคล็ดลับการทำตลาดแบบเข้าถึงเป้าหมาย
- ★ การวางแผนทางการตลาดเชิงรุกจากนักการตลาดผู้นำขงมือฉมัง
- ★ การประเมินและการปรับวิเคราะห์ปัจจัยจากการทำตลาด
- ★ กรณีศึกษาจากประสบการณ์ตรงของวิทยากร
- ★ Workshop แบ่งกลุ่มฝึกปฏิบัติ
 - ให้อาจารย์ใช้กลยุทธ์ทางการตลาดผสมผสานการขาย
 - วิทยากรชี้จุดที่ควรปรับปรุง
 - วิทยากรให้ผลลัพธ์ที่ได้ของเวิร์กช็อปนี้
- ★ สรุปเนื้อหาแลกเปลี่ยนการเรียนรู้ด้วยการวิเคราะห์จากผู้เข้ารับการอบรม
- ★ ข้อคิดฝากให้กับผู้เข้ารับการอบรม เพื่อนำกลับไปฝึกปฏิบัติให้เกิดการพัฒนาที่ดียิ่งขึ้น

วิธีการ (ทฤษฎี 30% ปฏิบัติ 70%)

- ✓ การบรรยาย – สาธิต – ประสบการณ์
- ✓ เน้นให้มีส่วนร่วมคิดวิเคราะห์ เพื่อดึงศักยภาพของผู้เข้ารับการอบรมออกมา

- ✓ ระดมสมอง – กิจกรรมกลุ่มสัมพันธ์ – เกมสัปดาห์แรก – การแสดงบทบาทสมมติ

ผู้ที่เหมาะสมกับหลักสูตรนี้

- ✓ ผู้จัดการ
- ✓ หัวหน้างาน
- ✓ พนักงาน

