

Course Outline

CM-01: Marketing Strategy : Essential Tools and Techniques (กลยุทธ์และเทคนิคการตลาดที่มีเรื่อเกิดเตอร์ต้องรู้)

ระยะเวลา: 2 วัน

เวลา 09.00 - 16.00 น.

รุ่น 1 วันที่ 30-31 พฤษภาคม 2567

รุ่น 2 วันที่ 2-3 ตุลาคม 2567

วิทยากร: รศ.ชื่นจิตต์ แจ่มเจนกิจ

ผู้เชี่ยวชาญทางด้านกลยุทธ์การตลาด

หัวหน้าภาควิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
ที่ปรึกษาด้านการตลาดให้กับองค์กรชั้นนำทั้งภาครัฐและเอกชน

ประสบการณ์

- หัวหน้าภาควิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ในปัจจุบันหลายธุรกิจประสบกับความต้องการทางการตลาดที่ลดลง ประสบปัญหาการมุ่งมทำการตลาด โดยคิดกลยุทธ์ ยุทธวิธีต่าง ๆ มากมาย แต่ก็ยังไม่บรรลุเป้าหมายที่วางไว้ นั่นเป็นเพราะการทำกิจกรรมการตลาดแบบไร้ทิศทาง ขาดการกำหนดเป้าหมาย กลยุทธ์ และยุทธวิธี ซึ่งต้องมีการกำหนดให้มีความสอดคล้องและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน

หลักสูตร Marketing Strategy จะเผยเคล็ดลับการวางกลยุทธ์การตลาดขององค์กรให้เกิดประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ตั้งแต่การวิเคราะห์ Data อย่างลึกซึ้ง เจาะลึกทั้งส่วนของกลุ่มเป้าหมาย จุดแข็งจุดอ่อนของแบรนด์เรา และแบรนด์คู่แข่ง เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย เห็นโอกาสในการใช้ข้อมูลให้เกิดคุณค่าและเกิดเป็นกลยุทธ์ในการเพิ่มยอดขาย สามารถนำไปประยุกต์ใช้ให้เกิดผลลัพธ์ทางการตลาดด้วยเทคนิคและเครื่องมือต่าง ๆ ที่สนับสนุนการตลาดขององค์กรที่ดีที่สุด

Objective:

- มีความรู้ความเข้าใจในหลักการกำหนดกลยุทธ์การตลาด
- สามารถนำความรู้ที่ได้ไปวิเคราะห์ทำความเข้าใจธุรกิจตนเอง ลูกค้า สภาพการแข่งขันเพื่อนำไปวางแผนการตลาด
- สามารถกำหนดกลยุทธ์การตลาดยุคใหม่ได้อย่างสอดคล้องและเหมาะสมกับปัจจุบัน
- สามารถนำเครื่องมือและเทคนิคไปประยุกต์ใช้ในการวางแผนการทำงานทางการตลาด สู่การวางแผนกลยุทธ์จริง
- สามารถประเมินกลยุทธ์การตลาดเพื่อปรับให้เข้ากับสถานการณ์ได้ทันท่วงที
- เกิดการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ เห็นมุมมอง กลยุทธ์ใหม่ๆ ทางด้านการตลาดจากองค์กรต่าง ๆ ที่มาอบรม

เหมาะสำหรับ:

- พนักงานระดับปฏิบัติการ หัวหน้า ผู้จัดการ
- ผู้บริหารระดับกลาง
- บุคคลทั่วไปที่สนใจเรียนรู้และต้องการฝึกฝนทักษะการเตรียมตัว และปรับเปลี่ยนแผนในการทำ Digital Marketing เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงในอนาคตได้

Course Outline:

Day 1

- Disruption and success transformation cases in your business
 - Cases from speaker's experiences
 - Cases from global researches
 - วิเคราะห์สถานการณ์ สภาพการแข่งขัน แรงกดดันทางธุรกิจสู่เทรนด์การตลาดยุคใหม่
- Landscape Research รู้จักตัวเองและรู้จักตลาด
- Customer centric frameworks : Understand Consumer & Target
 - ทำความเข้าใจกลุ่มเป้าหมาย โดยมองจากมุมมองของลูกค้าเป็นหลัก
 - กำหนดกลุ่มเป้าหมายลูกค้า
- Product & Brand Positioning ให้สอดคล้องกับเป้าหมาย
- Workshop การวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย และการวางตำแหน่งทางการตลาด

Day 2

- เรียนรู้กลยุทธ์การตลาดรูปแบบต่างๆ เทคนิคการเลือกแผนการตลาดที่สอดคล้องกับสถานการณ์
- Marketing Tools และการเลือกใช้ให้เหมาะกับแต่ละธุรกิจ
- กลยุทธ์ Co –Marketing เพิ่มพลังให้แบรนด์ ผ่านการร่วมมือจากคู่พันธมิตร
- การจัดทำแผนการตลาด และการกำหนดตัวชี้วัดประสิทธิภาพ (KPIs)
- Workshop
 - Marketing Plan
 - นำเสนอแผนการตลาด

ค่าธรรมเนียม	
ท่านละ (ก่อน VAT 7%)	6,900
ท่านละ (รวม VAT 7%)	7,383
หมายเหตุ : สมาชิกลด 3%	

สอบถามข้อมูลเพิ่มเติม

ฝ่ายพัฒนาศักยภาพ สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ

โทรศัพท์ 02-619-5500 ต่อ 452-456

E-mail : training@ftpi.or.th

Learning Method: Intermediate

(วิธีที่ใช้ในการอบรม: สัดส่วนที่ควรจะเป็นของแต่ละระดับหลักสูตร
ปรับได้ +, -5-10%)

ระบุสัดส่วน ระหว่างทฤษฎี และ Workshop

ทฤษฎี.....%

Workshop.....%

Target Group: (เลือกได้มากกว่า 1 ตัวเลือก)

- Officer
- Supervisor
- Manager
- Executive

Course Level: (ระดับของหลักสูตร: สอดคล้องกับ
วัตถุประสงค์ เนื้อหา วิธีการอบรม)

- Advance (Analyzing, Evaluating)
- Intermediate (Applying)
- Basic (Remembering, Understanding)

*กรณี Professional จะใช้ Curriculum Design Template

Learning Channel*:

- Physical
- Virtual
- e-Training
- Site Visit

อุปกรณ์ที่จัดเตรียม*:

1. Microphone
2. LCD Projector & Screen
3. สายเสียง
4. WiFi Internet

อุปกรณ์ที่ให้จัดเตรียม:

(เลือกได้มากกว่า 1 ตัวเลือก)

- Notebook
- Flip Chart
- Marker
- Post it
- Other

การจัดห้องอบรม*:

- Classroom
- U Shape
- Theatre
- Group กลุ่มละ คน
- Other

ทุกหลักสูตรรบกวนอาจารย์จัดทำ Wrap Up:

(One Page Summary สรุปประเด็นสำคัญเพื่อให้
ผู้อบรมนำกลับไปใช้)

Job Group:

- Policy & Strategic
- Customer & Service
- Sales
- Marketing
- Production/Engineer/Operation
- Quality Control/Quality System
- SHE/Sustain
- Maintenance
- Supply Chain/Warehouse
- HR
- Finance/Accounting
- IT
- Data Analysis/Research/BI
- Procurement
- Support Unit