

Course Outline 2025

CM-05 : Customer Engagement for Business Growth (รู้ให้ลึก เข้าถึงลูกค้า ด้วยการสร้างความผูกพัน)

ระยะเวลา : 1 วัน เวลา 09.00 - 16.00 น.

รุ่น 1 วันที่ 7 พฤษภาคม 2568

รุ่น 2 วันที่ 1 ตุลาคม 2568

วิทยากร : คุณณัฐพัชร์ ล้อประดิษฐ์พงษ์

- ผู้ตรวจประเมินรางวัลคุณภาพแห่งชาติ
- ผู้เชี่ยวชาญและที่ปรึกษาด้านการบริหารจัดการองค์กร การจัดการกลยุทธ์ การจัดทำแผนยุทธศาสตร์
- การออกแบบประสบการณ์ของลูกค้าด้วยเทคนิค Customer Journey Mapping และการจัดการลูกค้าสัมพันธ์

Rationale :

ปัจจุบันองค์กรมุ่งเน้นการเติบโตแบบยั่งยืน จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมุ่งเน้นลูกค้า โดยผลิตสินค้าหรือบริการที่ตอบสนองความต้องการลูกค้าและตลาดได้ แต่อย่างไรก็ตามลูกค้าส่วนใหญ่มีความต้องการสินค้าหรือบริการที่มีคุณภาพ ราคาถูก หาซื้อได้สะดวก และส่งมอบตรงเวลา จึงทำให้ลูกค้าไม่มีความภักดีหรือผูกพันกับองค์กร ดังนั้นจึงจำเป็นอย่างยิ่งที่องค์กรจะต้องค้นหาข้อมูลสารสนเทศจากกลุ่มลูกค้าและส่วนตลาด เพื่อสร้างความผูกพันกับลูกค้า โดยการสร้างแบรนด์(Brand)หรืออัตตะลักษณะขององค์กร การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า(Customer Relationship Management: CRM) ที่มุ่งพัฒนาสัมพันธ์ภาพกับลูกค้าสำหรับลูกค้าแต่ละกลุ่ม หรือกลยุทธ์การสร้างประสบการณ์ทางบวกให้กับลูกค้า (Customer Experience Management: CEM) และกลยุทธ์การสร้างประสบการณ์ร่วม(Experience Co-Creation) ตลอดจนการจัดการข้อร้องเรียนลูกค้า

สิ่งเหล่านี้มีเป้าหมายเพื่อปรับปรุงการตลาด สร้างวัฒนธรรมที่มุ่งเน้นลูกค้ามากยิ่งขึ้น รวมทั้งยกระดับความภักดีของลูกค้า โดยการสร้างกลไกการขับเคลื่อนกลยุทธ์ต่างๆ เหล่านี้ด้วยวิธี 1.สร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้า (Confidence) 2. ความมีคุณธรรมขององค์กร(Integrity) 3. การสร้างความภูมิใจของลูกค้า (Pride) และ 4. ความต้องการอยากใช้สินค้าหรือบริการอย่างมากของลูกค้า(Passion) เพื่อให้ลูกค้าเกิดความผูกพันกับองค์กร เพราะหากองค์กรพาลูกค้ามาถึงจุดนี้ได้ ก็ถือว่าลูกค้า “รักและผูกพัน” กับองค์กร ตราสินค้าขององค์กร หรือแม้แต่สินค้าและบริการขององค์กร ธุรกิจจะดำเนินไปได้อย่างต่อเนื่องในระยะยาว นอกจากนี้องค์กรควรสร้างสมดุลการบริหารทั้งทางด้านเศรษฐกิจ ด้านสิ่งแวดล้อม และด้านสังคมควบคู่กันไปอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้องค์กรมีการเติบโตอย่างยั่งยืน

กลุ่มเป้าหมาย :

- พนักงานระดับปฏิบัติการ
- หัวหน้า ผู้จัดการ
- บุคคลทั่วไปที่สนใจเรียนรู้และต้องการฝึกฝนทักษะการเตรียมตัว และปรับเปลี่ยนแผนในการทำงาน

Objective :

- เพื่อให้ทราบถึงแนวทางการบริหารองค์กรให้เกิดความผูกพันของลูกค้าอย่างยั่งยืน
- เพื่อสามารถนำแนวทางด้านการสร้างแบรนด์(Brand) การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า(Customer Relationship Management: CRM) การสร้างประสบการณ์ทางบวกให้กับลูกค้า (Customer Experience Management: CEM) และการสร้างประสบการณ์ร่วม(Experience Co-Creation) มาประยุกต์ใช้ในองค์กร
- เพื่อให้ทราบกลไกการขับเคลื่อนเครื่องมือการสร้าง ความผูกพันของลูกค้า เพื่อทราบเทคนิคการรับเรื่องร้องเรียนลูกค้า ที่จะทำให้ลูกค้าเกิดความผูกพันกับองค์กรในระยะยาว

Course Outline :

- Customer Engagement: How to get Customer Insight!
- Customer Persona ค้นหา Insight อย่างได้ผล
- Customer Journey Map เพื่อสร้างประสบการณ์ที่เป็นเลิศ
- Customer Empathy & Value Proposition Canvas
- How to Develop Customer Relationship Management (CRM) process?
- Net Promoter Score (NPS): เครื่องมือวัดความผูกพันของลูกค้า
- Case Study and Best Practices

ค่าธรรมเนียม	
ท่านละ (ก่อน VAT 7%)	4,500
ท่านละ (รวม VAT 7%)	4,815

สอบถามข้อมูลเพิ่มเติม

ฝ่ายพัฒนาศักยภาพ สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ

โทรศัพท์ 02-619-5500 ต่อ 452-456

E-mail : training@ftpi.or.th