

e-Training Course

หลักสูตร Marketing Strategy: Essential Tools and Techniques (กลยุทธ์และเทคนิคการตลาดที่มีมาร์เก็ตเตอร์ต้องรู้)

ในปัจจุบันหลายธุรกิจประสบกับความต้องการทางการตลาดที่ลดลง ประสบปัญหาการมุ่งบทำการตลาด โดยคิดกลยุทธ์ ยุทธวิธีต่าง ๆ มากมาย แต่ก็ยังไม่บรรลุเป้าหมายที่วางไว้ นั่นเป็นเพราะการทำกิจกรรมการตลาดแบบไร้ทิศทาง ขาดการกำหนดเป้าหมาย กลยุทธ์ และ ยุทธวิธี ซึ่งต้องมีการกำหนดให้มีความสอดคล้องและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน

หลักสูตร Marketing Strategy จะเผยเคล็ดลับการวางกลยุทธ์การตลาดขององค์กรให้เกิดประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ตั้งแต่การวิเคราะห์ Data อย่างลึกซึ้ง เจาะลึกทั้งส่วนของกลุ่มเป้าหมาย จุดแข็งจุดอ่อนของแบรนด์เรา และแบรนด์คู่แข่ง เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย เห็นโอกาสในการ ใช้ข้อมูลให้เกิดคุณค่าและเกิดเป็นกลยุทธ์ในการเพิ่มยอดขาย สามารถนำไปประยุกต์ใช้ให้เกิดผลลัพธ์ทางการตลาดด้วยเทคนิคและเครื่องมือ ต่าง ๆ ที่สนับสนุนการตลาดขององค์กรที่ดีที่สุด

วัตถุประสงค์

- มีความรู้ความเข้าใจในหลักการกำหนดกลยุทธ์การตลาด
- สามารถนำความรู้ที่ได้ไปวิเคราะห์ทำความเข้าใจธุรกิจตนเอง ลูกค้า สภาพการแข่งขันเพื่อนำไปวางแผนการตลาด
- สามารถกำหนดกลยุทธ์การตลาดยุคใหม่ได้อย่างสอดคล้องและเหมาะสมกับปัจจุบัน
- สามารถนำเครื่องมือและเทคนิคไปประยุกต์ใช้ในการวางแผนการทำงานทางการตลาดสู่การวางแผนกลยุทธ์จริง
- สามารถประเมินกลยุทธ์การตลาดเพื่อปรับให้เข้ากับสถานการณ์ได้ทันทั่วทั้งที่
- เกิดการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ เห็นมุมมอง กลยุทธ์ใหม่ๆ ทางด้านการตลาดจากองค์กรต่าง ๆ ที่มาอบรม

เหมาะสำหรับ

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

วิทยากร:

รศ.ชื่นจิตต์ แจ่มเจนกิจ ผู้เชี่ยวชาญทางด้านกลยุทธ์การตลาด อาจารย์ประจำภาควิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ที่ปรึกษาด้านการตลาดให้กับองค์กรชั้นนำทั้งภาครัฐและเอกชน

เกณฑ์ได้รับใบรับรองการฝึกอบรมด้วยระบบ e-Training

- ผลคะแนนน้อยกว่า 70% (ทำถูก 1-6 ข้อ) จะได้รับรับรอง การฝึกอบรมด้วยระบบ e-Training
- ผลคะแนนมากกว่า 70% ขึ้นไป (ทำถูก 7-10 ข้อ) จะได้รับรับรอง การฝึกอบรมด้วยระบบ e-Training และผ่านเกณฑ์การประเมินตามหลักสูตร

ระยะเวลาการเข้าอบรมด้วยระบบ e-Training

- ผู้เข้าอบรมมีระยะเวลาการเข้าอบรม 90 วัน
- Password ผู้เข้าอบรมสามารถเปลี่ยนรหัสผ่านในระบบเองได้

ค่าธรรมเนียม	
ท่านละ (ก่อน VAT 7%)	3,500
ท่านละ (รวม VAT 7%)	3,745
เวลาเรียนโดยรวม 2 ชั่วโมง 47 นาที	

สอบถามข้อมูลเพิ่มเติม

ฝ่ายพัฒนาศักยภาพ สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ
โทรศัพท์ 02-619-5500 ต่อ 452 (ศิริชัย), 454 (นิรันดร์),
456 (เอราวรรณ), 458 (นันทนา)
E-mail : etraining@ftpi.or.th

หัวข้อบรรยาย	เวลา
การเปลี่ยนแปลงของตลาดที่สำคัญ	6 นาที
การกำหนดกลุ่มตลาดและกำหนดจุดเด่นให้ผลิตภัณฑ์ด้วย STP Marketing	6 นาที
การแบ่งส่วนตลาดผู้บริโภค (B-2-C Segmentation)	12 นาที
การแบ่งส่วนตลาดธุรกิจ (B-2-B Segmentation)	11 นาที
การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคและ Persona	14 นาที
การวิเคราะห์ Market Map	14 นาที
กลยุทธ์การตลาดเชิงรุกที่สำคัญ	4 นาที
บทบาทของกลยุทธ์บริหารลูกค้าสัมพันธ์ (CRM)	8 นาที
กลยุทธ์การรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้า (Retention Program)	7 นาที
การจัดเกรดลูกค้ารายสำคัญ (Key Account Classification)	10 นาที
การประเมินผลโปรแกรม CRM ด้วยดัชนีความภักดีของลูกค้า NPS	4 นาที
การบริหารเส้นทางประสบการณ์ของลูกค้า (Customer Journey Management) และการจัดทำแผนที่ประสบการณ์ของลูกค้า (Customer Journey Mapping)	10 นาที
การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (Integrated Marketing Communication)	2 นาที
การกำหนดรายชื่อลูกค้าคาดหวัง (Lead Generation)	9 นาที
การสื่อสารการตลาดผ่านสื่อดิจิทัล	3 นาที
ประเภทของการตลาดดิจิทัล	11 นาที
การตลาดดิจิทัล: Affiliate Marketing และ การใช้ Blogger รีวิว	3 นาที
กลยุทธ์การสร้างแบรนด์ และขั้นตอนการสร้างแบรนด์	4 นาที
การกำหนดความหมายและสาระสำคัญของแบรนด์ (Brand Meaning and Brand Essence)	10 นาที
การกำหนดเอกลักษณ์ของแบรนด์ (Brand Identity)	7 นาที
การสื่อสารการตลาดแบรนด์แบบบูรณาการ (Integrated Brand Communication)	6 นาที
การสร้างภาพพจน์เชื่อมโยงกับแบรนด์ (Brand Association)	4 นาที
การสร้างแบรนด์เพื่อความยั่งยืน (Branding and Sustainability)	4 นาที