

Course Outline

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

ระยะเวลา : 2 วัน เวลา 09.00 - 16.00 น.

รุ่น 1 วันที่ 28-29 มกราคม 2569

รุ่น 2 วันที่ 24-25 มิถุนายน 2569

รุ่น 3 วันที่ 25-26 พฤศจิกายน 2569

วิทยากร : รศ.ชื่นจิตต์ แจ่มเจนกิจ

ผู้เชี่ยวชาญทางด้านกลยุทธ์การตลาด

อาจารย์ประจำภาควิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
ที่ปรึกษาด้านการตลาดให้กับองค์กรชั้นนำทั้งภาครัฐและเอกชน

ในปัจจุบันหลายธุรกิจประสบกับความต้องการทางการตลาดที่ลดลง ประสบปัญหาการหุ้มนำทำการตลาด โดยคิดกลยุทธ์
ยุทธวิธีต่าง ๆ มากมาย แต่ก็ยังไม่บรรลุเป้าหมายที่วางไว้ นั่นเป็นเพราะการทำการกิจกรรมการตลาดแบบไร้ทิศทาง ขาดการกำหนด
เป้าหมาย กลยุทธ์ และยุทธวิธี ซึ่งต้องมีการกำหนดให้มีความสอดคล้องและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน

หลักสูตร Marketing Strategy จะเผยเคล็ดลับการวางกลยุทธ์การตลาดขององค์กรให้เกิดประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ตั้งแต่การ
วิเคราะห์ Data อย่างลึกซึ้ง เจาะลึกทั้งส่วนของกลุ่มเป้าหมาย จุดแข็งจุดอ่อนของแบรนด์เรา และแบรนด์คู่แข่ง เพื่อให้เข้าถึง
กลุ่มเป้าหมาย เห็นโอกาสในการใช้ข้อมูลให้เกิดคุณค่าและเกิดเป็นกลยุทธ์ในการเพิ่มยอดขาย สามารถนำไปประยุกต์ใช้ให้เกิดผล
ลัพธ์ทางการตลาดด้วยเทคนิคและเครื่องมือต่าง ๆ ที่สนับสนุนการตลาดขององค์กรที่ดีที่สุด

กลุ่มเป้าหมาย :

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

วัตถุประสงค์ :

- มีความรู้ความเข้าใจในหลักการกำหนดกลยุทธ์การตลาด
- สามารถนำความรู้ที่ได้ไปวิเคราะห์ทำความเข้าใจธุรกิจตนเอง ลูกค้า
สภาพการแข่งขันเพื่อนำไปวางแผนการตลาด
- สามารถกำหนดกลยุทธ์การตลาดยุคใหม่ได้อย่างสอดคล้องและ
เหมาะสมกับปัจจุบัน
- สามารถนำเครื่องมือและเทคนิคไปประยุกต์ใช้ในการวางแผนกระบวนการ
ทำงานทางการตลาด สู่การวางแผนกลยุทธ์จริง
- สามารถประเมินกลยุทธ์การตลาดเพื่อปรับให้เข้ากับสถานการณ์ได้
ทันทั่วทั้ง
- เกิดการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ เห็นมุมมอง กลยุทธ์ใหม่ๆ ทางด้าน
การตลาดจากองค์กรต่าง ๆ ที่มาอบรม

หัวข้ออบรม :

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

สอบถามข้อมูลเพิ่มเติม

ฝ่ายพัฒนาศักยภาพ สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ

โทรศัพท์ 02-619-5500 ต่อ 452-456

E-mail : training@ftpi.or.th