

หลักสูตร กลยุทธ์การบริหารลูกค้าหลัก

Key Account Management Strategy

🔥 หลักการและเหตุผล

มีคำกล่าวที่นิยมพูดกันเสมอคือ ลูกค้าคือพระเจ้าเพราะว่าลูกค้าทุกรายสร้างรายได้ให้กับบริษัท อย่างไรก็ตามการที่บริษัทมีทรัพยากรต่างๆที่จำกัด ไม่ว่าจะเป็นเวลา คนหรืองบประมาณ นั้นบริษัทคงจะต้องเลือกให้ความสำคัญกับลูกค้าบางรายเท่านั้น ดังนั้นแนวคิดเกี่ยวกับการ บริหารลูกค้าหลัก (Key Account Management) จึงมีความสำคัญต่อบริษัทเป็นอย่างมาก ในหลักสูตรนี้ จึงเหมาะกับผู้บริหารทุกระดับ ผู้จัดการฝ่ายขาย ผู้จัดการฝ่ายบริการ หัวหน้า ทีมขายอย่างยิ่งที่จะได้เรียนรู้และเข้าใจแนวคิดเกี่ยวกับการบริหารลูกค้าหลัก การกำหนดเกณฑ์การคัดเลือกลูกค้าหลัก การจัดทำฐานข้อมูลของลูกค้าหลัก การกำหนดเป้าหมายประจำปี การวางแผนกลยุทธ์เพื่อรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้าหลักตลอดจนเทคนิค การวางแผนการนำกลยุทธ์ไปสู่การปฏิบัติ

หลักสูตรนี้หลักสูตรนี้ จึงได้พัฒนาขึ้นมาเพื่อให้ทีมนักขาย ทีมผู้ให้บริการ หัวหน้าทีมขาย ผู้จัดการฝ่ายบริการ รวมถึงผู้บริหารในทุกระดับ ได้เรียนรู้เทคนิค กลไก และกระบวนการ ในการบริหารลูกค้ารายสำคัญอย่างเป็นระบบ การสร้างความสัมพันธ์ในระยะยาว เรียนรู้หลักเกณฑ์ในการจัดความสำคัญของลูกค้า ระดมสมองทำกิจกรรมประยุกต์ การบริหาร ลูกค้ารายสำคัญ เมื่อจบการอบรมผู้เข้าสัมมนาจะสามารถประยุกต์และต่อยอดความรู้ ด้านการให้บริการ อย่างเป็นเลิศได้ด้วยตนเอง

🔥 วัตถุประสงค์

- ผู้เข้าอบรมจะเข้าใจแนวคิดและเทคนิคในการบริหารลูกค้าหลักอย่างเป็นระบบ
- ผู้เข้าอบรมสามารถที่จะประยุกต์ใช้เครื่องมือในการคัดเลือกลูกค้าหลักและออกแบบการจัดทำฐานข้อมูลลูกค้าหลักได้
- ผู้เข้าอบรมจะเข้าใจและสามารถวางแผนเชิงกลยุทธ์ในการรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้าหลักของบริษัทได้

🔥 เนื้อหา

- ความสำคัญและจุดมุ่งหมายของนำเสนอ
- ประเภทและลำดับชั้นของลูกค้าหลัก (Type of Key Account)
- หน้าที่และคุณสมบัติของผู้จัดการลูกค้าหลัก (Key Account Manager)
- เกณฑ์การคัดเลือกลูกค้าหลัก (Selection Criteria)
- การวิเคราะห์ลูกค้าหลักของคุณ (Key Account Analysis)
- ผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ (Decision Making Unit)
- วิเคราะห์ธุรกิจของลูกค้าหลัก
- วิเคราะห์ความคาดหวังของลูกค้าหลัก
- การจัดทำฐานข้อมูลลูกค้าหลัก (Key Account Database)
- หลักการการตั้งเป้าหมาย (Goal Setting)
- กลยุทธ์การสร้างและรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้าหลัก (Key Account Strategy)
- การประยุกต์ใช้การตลาดเชิงประสบการณ์กับลูกค้าหลัก (Experimental Marketing)
- การวางแผนเชิงปฏิบัติการ (Action Plan)
- การติดตามและประเมินผล (Follow up and Evaluation)

รูปแบบการฝึกอบรม

บรรยาย และ Workshop กรณีศึกษา ฝึกปฏิบัติ

เหมาะสำหรับ

ผู้บริหาร ผู้จัดการฝ่ายขาย ผู้จัดการฝ่ายบริการ หัวหน้าทีมงานขาย พนักงานขาย

ระยะเวลา

1 วัน